**Deutscher Bundestag** **Drucksache 19/372**

**19. Wahlperiode** 28.12.2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

# Unterrichtung

**durch die Deutsche Welle**

## Entwurf der Aufgabenplanung 2018 bis 2021

Inhaltsgliederung

Seite

**Vorwort** ..... 2

**Überblick** ..... 6

**Inhaltsverzeichnis** ..... 9

**1. Zielsetzung der Deutschen Welle für den Zeitraum 2018-2021** ..... 10

**2. Schwerpunkte der DW für den Zeitraum 2018-2021** ..... 17

**3. Programmziele und strategische Maßnahmen pro Region** ..... 23

**4. Sprachübergreifende Angebote und Projekte** ..... 42

**5. Geplante Maßnahmen bei Mittelaufwuchs** ..... 44

**6. Finanzieller Rahmen** ..... 49

*Zugeleitet mit Schreiben der Deutschen Welle vom 22. Dezember 2017 gemäß § 4b des Deutsche-Welle-Gesetzes.*

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

**Vorwort**

Die Deutsche Welle ist die mediale Stimme Deutschlands in der Welt. Ihre wichtigste Aufgabe ist es, Menschen zu informieren.

Mit ihren journalistischen Angeboten in allen zeitgemäßen Medien und durch die Projekte ihrer DW Akademie stärkt die DW das Menschenrecht auf Meinungsfreiheit und ungehinderten Zugang zu Informationen. Durch ihre Angebote und ihre klare, wertebasierte Haltung prägt die Deutsche Welle weltweit das Bild Deutschlands.

Deutschland steht für Freiheit und Menschenrechte, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und sozialen Ausgleich. Dafür setzt es sich als Mitglied der Europäischen Union (EU) und der Vereinten Nationen (UN) ein. Für diese Werte steht auch die Deutsche Welle mit ihrem gesetzlichen Programmauftrag. Zu den Aufgaben der Deutschen Welle gehört es, Deutschland im Ausland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten, demokratischen Rechtsstaat verständlich zu machen, deutschen, europäischen und anderen Sichtweisen international ein Forum zu geben und die deutsche Sprache zu fördern. Die DW unterstützt so das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker. Ihren Programmauftrag erfüllt die Deutsche Welle frei von staatlicher Einflussnahme. Angesichts der Bedeutung Europas und insbesondere der EU kommt der DW eine immer wichtigere Rolle zu. Vieles ändert sich in der Medienlandschaft der EU. In Polen, Ungarn und Bulgarien wächst der politische und wirtschaftliche Druck auf unabhängige Medienangebote. Großbritannien plant, die Union zu verlassen. Dadurch könnte sich auch die Blickrichtung der *BBC* auf Europa verändern. Andererseits können sich durch eine verstärkte Kooperation der Auslandssender Deutschlands und Frankreichs neue Chancen ergeben.

Die Deutsche Welle orientiert sich in ihrer programmatischen Grundausrichtung an der UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der kulturellen Vielfalt. Die Geschichte Deutschlands als europäische Kulturnation bildet den Hintergrund für eine einordnende Berichterstattung über die Entwicklungen der Gegenwart. Kultur ist in den Angeboten der DW ein Querschnittsthema. Dabei berücksichtigt sie die Bedeutung von Religion für den kulturellen Austausch.

Die journalistischen Angebote der DW und die Projekte und Maßnahmen ihrer DW Akademie laden Menschen in den Zielregionen ein, sich mit deutschen und europäischen Perspektiven auseinanderzusetzen und in einen Dialog einzutreten im Sinne einer friedlichen, stabilen Weltgemeinschaft.

Dies ist drängender denn je, denn die globalisierte, digital vernetzte Welt befindet sich im Umbruch: Geopolitische Spannungen und Krisen, Konflikte und Kriege, Extremismus und Terror, Flucht und Migration, Populismus und Nationalismus prägen die internationalen Beziehungen. Die Verunsicherung der Menschen wächst – und damit der Bedarf an umfassender, verlässlicher und unabhängiger Information. Die Deutsche Welle ist im Ausland in der Wahrnehmung ihrer Nutzerinnen und Nutzer die bedeu-

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

tendste Quelle für Informationen über Deutschland. Sie vermittelt auch, auf welchem Wege hierzulande in politisch-gesellschaftlichen Debatten um Positionen und Konsens zu den Herausforderungen der Zeit gerungen wird.

Die Deutsche Welle genießt verstärkte Wertschätzung des Parlaments sowie der Bundesregierung und ist als wichtiger Akteur bei der Vermittlung von Werten wie Meinungs- und Pressefreiheit und demokratischen Grundsätzen anerkannt. Nach jahrelanger Stagnation der Mittelzuwendungen bei gleichzeitig steigenden Kosten wurde die DW in den Jahren der letzten Aufgabenplanung durch die Bundesregierung, insbesondere durch die *Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien* (*BKM*), und das Parlament deutlich finanziell gestärkt. Insbesondere wurden die Betriebsetats erfreulicherweise nachhaltig gestärkt, wodurch die DW eine höhere Planungssicherheit erlangte. Im Zeitraum der letzten Aufgabenplanung (2014-2017) erfolgte jährlich ein Aufwuchs des Etats, zuletzt um rund 16,5 Mio. €. Insgesamt wurden der DW - ausgehend vom Haushaltsjahr 2014 - bis 2017 zusätzliche Mittel in Höhe von mehr als 48 Mio. € zur Verfügung gestellt.

Um ihrem Auftrag in einem veränderten Umfeld in vollem Umfang gerecht werden zu können, bedarf es neben einer erweiterten Nachhaltigkeit dieser Entwicklung – auch zur Absicherung des bisherigen Angebotsumfangs – gleichwohl eines deutlich darüber hinausgehenden Mittelaufwuchses. Anders sind einige der in dieser Aufgabenplanung genannten Projekte und Maßnahmen nicht realisierbar.

Unabhängig von der Finanzierung durch Mittelzuwendungen der *BKM*, kommen Projektförderungen des *Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* (*BMZ*) - insbesondere für die Projekte der DW Akademie im Rahmen der Medienentwicklung - sowie jährliche Projektförderungen durch das *Auswärtige Amt* (*AA*) hinzu. Darüber hinaus besteht eine mehrjährige Förderung eines Projekts durch das *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit* (*BMU*).

Es ist Leitgedanke der Deutschen Welle, dass freier Zugang zu vielfältiger Information und freie Meinungsäußerung Voraussetzungen für die Entwicklung demokratischer Gesellschaften sowie den Austausch und die Verständigung zwischen den Völkern sind.

Die Deutsche Welle will deshalb weiterhin Menschen weltweit befähigen, sich auf der Basis verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.

Bei der Umsetzung dieses Vorhabens ergänzen sich Deutsche Welle und DW Akademie in besonderer Weise: Während die journalistischen Bereiche der DW qualitätsgesicherte Informationen und Dialogbeiträge bereitstellen und diese über alle verfügbaren, unzensierten Wege in die Zielgebiete geführt werden, vermittelt die DW Akademie den Zielgruppen die Fähigkeit, mit dem Medienangebot selbstbestimmt umzugehen.

In dieser Kombination ihrer Stärken erzielt die Deutsche Welle die beste Wirkung ihrer Inhalte und Angebote, insbesondere in Zeiten von gezielter Desinformation („Fake News“) und Propaganda: Wer für die Unterscheidung falscher von wahren Nachrichten auf ein glaubwürdiges Medium vertrauen kann, zieht für sich die richtigen Schlüsse. Nur wer Propaganda erkennt, kann sich dagegen wehren. Und wer den demokratischen Austausch will, wird gegen Hetze und Vorurteile angehen.

Die journalistischen Angebote der Deutschen Welle sind „Made for Minds“. Im Sinne dieses 2015 eingeführten Claims zielen sie vor allem auf kritische und selbstbestimmte Nutzerinnen und Nutzer weltweit.

Deutschland gilt für viele Menschen als Vorbild für politische Stabilität und wirtschaftlichen Erfolg, für Medienfreiheit, Rechtsstaatlichkeit und soziale Gerechtigkeit. Es ist damit Sehnsuchts- und Hoffnungsort für Menschen vor allem aus dem Nahen Osten, aus Afrika und Asien. Die DW bietet klare, realistische Informationen und informiert auch über die Gefahren einer Flucht. Wer sich auf den Weg nach Deutschland macht, erfährt, welche Erwartungen die Gesellschaft an die Neuankömmlinge hat, welche Kultur und Werte sie prägen. Darüber hinaus unterstützt die DW die Integration mit einem breiten Spektrum an modernsten Deutsch-Sprachkursen.

Mit den massiven Einschränkungen von Demokratie und Freiheitsrechten in der Welt geraten auch Informations-, Presse- und Meinungsfreiheit zunehmend unter Druck – selbst in etablierten Demokratien der westlichen Hemisphäre. Die Beschneidung medialer Vielfalt und die versuchte staatliche Einflussnahme auf Medien im Inneren gehen in vielen Ländern einher mit verstärkter transnationaler Kommunikation. Immer mehr Staaten bauen ihre Auslandssender aus, zum Teil massiv, um die außenpolitische Agenda ihrer jeweiligen Regierungen zu befördern. Dies erhöht für die Deutsche Welle als Auslandssender den ohnehin bestehenden Wettbewerbsdruck. Die rasante Digitalisierung der weltweiten Medienmärkte hat die Zahl lokaler, nationaler und internationaler Wettbewerber wachsen lassen – mit weiter steigender Tendenz. Deutschland ist gefordert, seine mediale Stimme aus dem Zentrum Europas so zu stärken, dass sie in diesem Konzert gegenüber Angeboten aus Ländern wie Russland, China, der Türkei oder Iran deutlich vernehmbar ist – mit einem klaren, freiheitlich orientierten Profil.

Die Deutsche Welle ergänzt als journalistisch unabhängige Institution mit ihren Angeboten die traditionellen Auslandsbeziehungen Deutschlands. Sie tritt in Dialog mit Zielgruppen, die beispielsweise von Botschaften und Konsulaten, Auslandshandelskammern, Mittlerorganisationen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik nicht unbedingt regelmäßig erreicht werden können. Die DW leistet damit einen unverzichtbaren Beitrag zur globalen Kommunikation und Positionierung Deutschlands.

Ein bedeutender Wettbewerbsvorteil der Deutschen Welle ist dabei ihre Organisation als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, die frei von staatlicher Einflussnahme ist. Rundfunkrat und Verwaltungsrat garantieren eine unabhängige Berichterstattung.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Ihre internationale Mitarbeiterschaft und ihre daraus resultierende Diversität machen das erfolgreiche Wirken der Deutschen Welle erst möglich. Die regionale und sprachliche Expertise von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus mehr als 60 Nationen ist das Fundament für die Produktion und Distribution attraktiver journalistischer Inhalte sowie für die Projekte der Medienentwicklung. Die anerkannt hohe Qualität der Angebote ist Bedingung für weiter wachsende Relevanz, Reichweite und Wirkung und damit für die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags der DW und ihrer DW Akademie. Die Deutsche Welle muss sich im nationalen und internationalen Wettbewerb um die besten Talente auch künftig behaupten und als Arbeitgeberin attraktiv bleiben. Qualifikation und Förderung der Mitarbeiterschaft bleiben unerlässlich, um mit den rasanten Veränderungen auf den internationalen Medienmärkten Schritt zu halten und die Spitzenposition der Deutschen Welle unter den internationalen Sendern auch in den kommenden vier Jahren zu sichern.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

**Überblick**

Die Deutsche Welle (DW) ist nach § 4a Deutsche-Welle-Gesetz gefordert, in eigener Verantwortung unter Nutzung aller für ihren Auftrag wichtigen Informationen und Einschätzungen eine Aufgabenplanung für einen Zeitraum von vier Jahren zu erstellen.

In der Aufgabenplanung legt die DW ihre Programmziele, Schwerpunktvorhaben und deren Gewichtung zur Erfüllung ihrer Aufgaben dar, aufgeschlüsselt nach Zielgebieten, Zielgruppen, Verbreitungswegen und Angebotsformen. Sie führt überdies aus, wie sie zur Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden beiträgt, insbesondere im Rahmen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit und der Förderung der auswärtigen Beziehungen.

Finanzielle Planungsgrundlage der DW ist der von der Bundesregierung festgelegte Rahmen. Die Deutsche Welle finanziert sich aus dem Bundeshaushalt. Für den Zeitraum der Aufgabenplanung erhält sie jährliche Bundeszuweisungen von der beziehungsweise dem *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* (*BKM*); darüber hinaus werden einzelne Maßnahmen und Initiativen durch Projektförderung des Bundes – im Wesentlichen aus Mitteln des *Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* (*BMZ*) sowie des *Auswärtigen Amtes* (*AA*) – unterstützt. Im Deutsche Welle Gesetz heißt es hierzu in § 44 Finanzierungsgarantie: „Der Deutschen Welle wird die Finanzierung derjenigen Angebote ermöglicht, die nach diesem Gesetz unter Berücksichtigung der rundfunktechnischen Entwicklung erforderlich ist.“ Die Rechtsaufsicht der DW liegt bei der beziehungsweise dem *BKM*.

Die Aufgabenplanung wird durch den Rundfunkrat der Deutschen Welle beschlossen, mit Zustimmung des Verwaltungsrats und unter Einbeziehung von Stellungnahmen des Deutschen Bundestages, der Bundesregierung sowie der interessierten Öffentlichkeit.

In die vorliegende Aufgabenplanung sind die Ergebnisse und Erkenntnisse des Evaluationsberichts 2017 eingeflossen. Aus dem Evaluationsbericht leiten sich strategische Ziele und Maßnahmen für die Aufgabenplanung ab, die im weiteren Verlauf näher beschrieben werden.

Im Zeitraum der neuen Aufgabenplanung für die Jahre 2018 bis 2021 setzt sich die Deutsche Welle drei übergreifende **Ziele** (siehe Kapitel 1):

1. Die DW stärkt weltweit Meinungsfreiheit und Demokratie in Zeiten von Terror, Propaganda, Flucht und Migration.
2. Die DW steigert Wirkung und Relevanz ihrer Angebote.
3. Die DW steigert ihre Reichweite von 157 Millionen auf 210 Millionen wöchentliche Nutzerkontakte.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Um diese Ziele zu erreichen, konzentriert sich die Deutsche Welle bei ihren Maßnahmen auf folgende drei **Schwerpunkte** (siehe Kapitel 2):

1. Journalistische Angebote stärker fokussieren
2. Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen
3. Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken

Die Medienmärkte weltweit verändern sich in rasantem Tempo. In zahlreichen Zielmärkten der DW nutzt die Zielgruppe bereits jetzt an erster Stelle digitale Angebote, um sich zu informieren – Tendenz steigend. Klassische Medien verlieren für die Informationsbeschaffung in einigen Regionen der Welt, vor allem den hoch entwickelten Staaten, hingegen an Bedeutung. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung zeitnah auch auf Schwellen- und Entwicklungsländer ausweiten wird, zumal sich dort insbesondere die jüngere Zielgruppe durch ein zukunftsweisendes Mediennutzungsverhalten auszeichnet. Wegen der veränderten Mediennutzung messen die DW und die DW Akademie den digitalen Angeboten einen erhöhten Stellenwert bei.

In allen Zielregionen und über alle Medien hinweg wendet sich die DW auch weiterhin in erster Linie an Entscheiderinnen und Entscheider sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der politischen Meinungsbildung.

Die journalistischen Inhalte schneidet die DW noch besser auf diese Zielgruppen zu und bietet ihnen mehr einzigartige Inhalte und Geschichten. Über eine verstärkte Regionalisierung der Angebote erreicht sie eine höhere Nutzerorientierung. Dies profiliert die DW deutlicher und hebt sie stärker von den Wettbewerbern ab.

Die Kooperation mit den ARD-Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio wird weitergeführt und nach Möglichkeit ausgeweitet. Programmübernahmen, gemeinsame Produktionen oder die Zusammenarbeit mit lokalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Korrespondentenbüros unterstützen einen effizienten und ressourcenschonenden Einsatz der Mittel.

Mit ihrer Digitalstrategie, die die Nutzenden mit ihren Bedürfnissen und Erwartungen konsequent ins Zentrum aller Überlegungen stellt, rüstet sich die Deutsche Welle für die Herausforderungen der digitalen Medienwelt. Ziel ist es, mit den digitalen Angeboten – insbesondere in Sozialen Medien und auf Partnerplattformen – konkurrenzfähig zu bleiben, Relevanz für die Nutzer zu erzeugen und höhere Reichweiten zu erzielen. Die zügige Umsetzung der Digitalstrategie sichert die Zukunftsfähigkeit des Senders in einem hoch dynamischen internationalen Medienumfeld. Auch Organisationsstruktur und technische Infrastruktur werden so weiterentwickelt, dass die DW flexibel auf veränderte Marktbedingungen und Technologien reagieren kann. Die damit verbundene erhöhte Reaktionsgeschwindigkeit erlaubt es der DW, auch geopolitischen Veränderungen schneller als bisher Rechnung zu tragen. Die konsequente digitale Transformation erfordert hohe Investitionen in innovative Technologie.

Hoch qualifizierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben in diesem Zusammenhang überragende Bedeutung. Entsprechendes Gewicht hat für die DW das *Employer Branding* als wichtige Voraussetzung für die Gewinnung weiterer qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das bedeutet, dass sich die DW als Arbeitgebermarke positioniert, um als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen zu werden. Zugleich wird die wertvolle Expertise der langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch gezielte Qualifizierung weiter entwickelt. Mit Blick auf die unruhige, oft krisenhafte internationale Lage ist der DW die Gewährleistung der Sicherheit, insbesondere der im Auslandseinsatz befindlichen Mitarbeitenden, ein wichtiges Anliegen.

Um ihre Unternehmensziele zu erreichen, verstärken Deutsche Welle und ihre DW Akademie im Zeitraum der Aufgabenplanung ihren Einsatz für freien Zugang zu Informationen, Meinungsfreiheit und Demokratie weltweit weiter, insbesondere vor dem Hintergrund von Terror, Propaganda, Flucht und Migration. Hierzu werden sie ihre Kompetenzen künftig optimal verzahnen. Dabei strebt die DW eine institutionelle Grundförderung der DW Akademie an, um so deren Unabhängigkeit und Handlungsfähigkeit sicherzustellen. Hierfür ist eine Verständigung mit dem Bund über die erforderliche finanzielle Ausstattung Voraussetzung.

In den nachfolgenden Kapiteln werden Ziele und Maßnahmen des journalistischen Angebots sowie des Engagements der DW Akademie für den Zeitraum 2018 bis 2021 genauer ausgeführt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

# Inhaltsverzeichnis


1. Zielsetzung der DW für den Zeitraum 2018-2021 10

2. Schwerpunkte der DW für den Zeitraum 2018-2021 17

2.1 Journalistische Angebote stärker fokussieren 17
2.2 Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen 19
2.3 Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken 22

3. Programmziele und strategische Maßnahmen pro Region 23

3.1 Globale journalistische Angebote 24
3.1.1 Englisch 24
3.1.2 Deutsch 25

3.2 Journalistische Angebote pro Zielregion 27
3.2.1 Subsahara-Afrika 27
3.2.2 Asien 30
3.2.3 Lateinamerika 32
3.2.4 Arabische Welt 34
3.2.5 Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) 36
3.2.6 Europa 38
3.2.7 Türkei 40

4. Sprachübergreifende Angebote und Projekte 42

5. Geplante Maßnahmen bei Mittelaufwuchs 44

6. Finanzieller Rahmen 49


Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 1. Zielsetzung der Deutschen Welle für den Zeitraum 2018-2021

### Auftrag

Die Deutsche Welle hat als Auslandssender Deutschlands den Auftrag, Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat zu vermitteln. In journalistischer Unabhängigkeit setzt sie sich für Menschenrechte, Demokratie, Meinungs- und Pressefreiheit sowie soziale Marktwirtschaft ein – Werte, für die Deutschland in der Welt steht.

Vor dem Hintergrund virulenter geopolitischer Herausforderungen wie Terror, Propaganda, Flucht, Migration, Globalisierung, Klimawandel und Bevölkerungswachstum gewinnt Deutschlands weltweite mediale Stimme immer weiter an Bedeutung: Mit ihren journalistischen Angeboten schlägt die Deutsche Welle insbesondere in den von Krisen sowie religiösen und ethnischen Konflikten geprägten Zielregionen eine Brücke in die freie Welt. Auf der Basis ihres gesetzlich festgeschriebenen Auftrags, ihres Selbstverständnisses und ihrer zentralen Markenwerte „weltoffen“, „fundiert“ und „klar“ trägt die Deutsche Welle durch umfassende Information zur Aufklärung, freien Meinungsbildung und Stärkung von Zivilgesellschaften bei – dialogisch und interaktiv. Medien erfahren in immer mehr Ländern einen zum Teil dramatischen Verlust an Glaubwürdigkeit und Vertrauen und sehen sich in bisher nicht gekanntem Ausmaß dem Vorwurf der Desinformation ausgesetzt. Dies betrifft besonders Regionen, in denen staatliche Kontrolle, Zensur und Blockademaßnahmen den Handlungsspielraum freier Medien immer weiter beschränken. Hier sieht sich die Deutsche Welle in hohem Maße verpflichtet, durch unabhängige, glaubwürdige Berichterstattung die Resilienz der Menschen gegenüber Propaganda zu stärken und sie bei einer freien Meinungsbildung zu unterstützen. Die DW Akademie als integraler Bestandteil der DW flankiert dies mit ihren Aktivitäten, insbesondere jenen zum Aufbau von Medienkompetenz.

Angesichts des weltweit steigenden Migrationsdrucks ist die Präsenz der Deutschen Welle in den Herkunftsländern der Flüchtlinge bedeutend: Sie beschreibt Fluchtursachen und klärt über Risiken einer Flucht auf. Auf Basis ihrer hohen Sprach- und Regionalkompetenz leistet sie durch ausgewogene Berichterstattung einen Beitrag zur Integration in Deutschland. Besonders wichtig sind dabei auch die edukativen Angebote der DW Akademie wie beispielsweise die Deutschkurse.

Auf der Grundlage ihres Auftrags unterstützen die Deutsche Welle und ihre DW Akademie durch die Priorisierung ihrer Zielregionen und die inhaltliche Ausrichtung ihrer Angebote auch die Ziele der Entwicklungszusammenarbeit der Bundesregierung: Bei der Mehrheit der prioritären Zielländer handelt es sich um Transformations- oder Schwellenländer, auf die sich die entwicklungspolitischen Aktivitäten Deutschlands richten. Hier tragen DW und DW Akademie zur Stärkung zivilgesellschaftlicher Teilhabe, zur Entwicklung von Medienkompetenz sowie zur Förderung der Medienentwicklung bei und unterstützen so den Aufbau demokratischer Gesellschaften. Im Bereich

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Meinungsfreiheit und Medienentwicklung ist die DW Akademie strategische Partnerin des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Sie berät das Ministerium, macht aktuelles Wissen verfügbar, zeigt Wege auf, die Themen Meinungsfreiheit und Medien international zu positionieren, und realisiert langfristige Projekte in 25 Fokusländern.

**Zielgruppe**

Mit ihrem hochwertigen journalistischen Angebot wendet sich die Deutsche Welle global in erster Linie an Entscheiderinnen und Entscheider sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmer am politischen Meinungsbildungsprozess – Menschen also, die aufgrund ihrer gesellschaftlichen Stellung einen besonderen Einfluss auf die Meinungsbildung in ihren Herkunftsländern haben oder künftig haben werden. Vielfach setzen sie sich aktiv für Demokratie sowie Freiheits- und Menschenrechte ein und zeigen sich aufgeschlossen gegenüber vielfältigen Sichtweisen. In der Regel zeichnen sie sich durch ein hohes Interesse an Informationen und Einordnungen zu nationalen und internationalen Ereignissen aus, sind tendenziell höher gebildet, leben vielfach in urbanen Regionen und weisen eine hohe Affinität zu Kommunikation und Interaktion auf.[1] Die Deutsche Welle schreibt damit für den Zeitraum dieser Aufgabenplanung ihre bisherige Zielgruppendefinition fort.

Vor dem Hintergrund regionaler Unterschiede spezifiziert die Deutsche Welle im Rahmen ihres fortlaufenden Strategieprozesses diese Zielgruppe für jedes ihrer 30 Sprachangebote. Dies geschieht auf Grundlage von Kriterien wie Altersstruktur, Bildung, den jeweils unterschiedlichen Informations-, Dialog- und Interaktionsbedürfnissen sowie Nutzungsgewohnheiten. Sich verändernde Bedürfnisse und Nutzungsgewohnheiten erfordern eine kontinuierliche Anpassung der Angebote mit Blick auf Inhalte, Gestaltung und Distribution. Angesichts des vergleichsweise hohen Anteils an jüngeren Menschen in den meisten Zielregionen ist die Deutsche Welle gefordert, ihre Angebote verstärkt auf diese Zielgruppe hin zu gestalten und deren bevorzugte Nutzungsgewohnheiten besonders zu berücksichtigen. Dies korrespondiert mit dem Vorhaben, digitale Angebote zu stärken, denn junge Menschen nutzen weltweit vorzugsweise digitale Inhalte zur Informationsbeschaffung.

Mit Blick auf die zivilgesellschaftliche Bedeutung und die weltweit unterschiedliche Rechtsstellung von Frauen wird die DW diese künftig stärker in ihren Zielgruppenfokus nehmen und beispielsweise vermehrt Themen in ihrem Angebot abbilden, die bei Frauen auf besonderes Interesse stoßen. In zahlreichen Regionen der Welt sind gerade junge Frauen in sozialen Netzwerken besonders aktiv. Aus diesem Grund plant die DW

[1] Vgl. DW Evaluationsbericht 2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

weitere Formate, die Frauen ein Forum zum Austausch bieten. Als wegweisend hierfür gilt der erfolgreiche englischsprachige Blog *Women talk online*, der sich an Frauen in Asien richtet.

Zunehmende Zensur- und Blockademaßnahmen erhöhen den Anteil an Menschen, denen der Zugang zu freien Informationen erschwert oder sogar – zumindest temporär – unmöglich gemacht wird. Hier ist die Deutsche Welle in besonderem Maße gefragt Wege zu finden, um mit ihren Angeboten die gesamte Zivilgesellschaft zu erreichen.

### Zielregionen des journalistischen Angebots und sprachliche Schwerpunkte

Ihre finanzielle Ausstattung erlaubt es der DW nicht, in allen Regionen der Welt gleichermaßen präsent zu sein. Aus diesem Grund erfolgt eine Priorisierung von Zielregionen anhand transparenter Kriterien[2], die aus den im Deutsche-Welle-Gesetz formulierten Aufgaben der DW abgeleitet wurden:

- dem Bedarf an der Vermittlung demokratischer und freiheitlicher Werte
- dem Bedarf an freien Informationen
- der politischen Bedeutung sowie
- der wirtschaftlichen Bedeutung einer Region für Deutschland.

Weitere Kriterien, die zur Priorisierung herangezogen werden, sind die Größe der Zielregion, die potenzielle Zahl der Nutzenden und der Zugang der DW zum jeweiligen Medienmarkt.

In nicht-prioritären Regionen stützt die DW ihre Präsenz auf ein journalistisches Basisangebot sowie Angebote der DW Akademie. Die DW Akademie verständigt sich gemeinsam mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung auf Fokusländer, in denen Projekte und Maßnahmen vorrangig umgesetzt werden sollen. Die Priorisierung der Zielregionen für die Programmangebote wird in regelmäßigen Abständen überprüft, damit die DW flexibel auf Veränderungen, etwa der politischen Situation in den Zielmärkten, reagieren kann. Hierfür ist eine **strategische Reserve** im DW-Etat erforderlich.

Vor dem Hintergrund der oben skizzierten geopolitischen Entwicklungen bleiben die wichtigsten Zielregionen der Deutschen Welle Afrika und Asien. Die arabischsprachige Welt, Russland, die Ukraine und nicht zuletzt Lateinamerika spielen weiterhin eine

[2] Zur Operationalisierung der Kriterien nutzte die DW Indikatoren wie den Bertelsmann Transformation Index (BTI), den Human Development Index (HDI), die Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen (ROG), das Wirtschaftswachstum, Bruttonationaleinkommen (BNE) oder Reichweite und Partnernetz der DW.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

wichtige Rolle für die DW. Für den Fall eines Mittelaufwuchses plant die DW, bestimmte Regionen stärker in den Fokus zu rücken und die jeweiligen Angebote hierfür besser auszustatten (s. Kapitel 5).

Aus dieser Priorisierung lässt sich die **sprachliche Schwerpunktsetzung** ableiten: Die *Lingua franca* Englisch bleibt für die DW die wichtigste Angebotssprache. Aufgrund ihres im Vergleich zum jeweiligen Bevölkerungsdurchschnitt höheren Bildungsniveaus sprechen viele Menschen innerhalb der DW-Kernzielgruppe Englisch. Das englischsprachige Angebot der DW wird den inhaltlichen Fokus noch stärker auf die prioritären Zielregionen Afrika und Asien ausrichten – hier hat Englisch vielerorts den Status einer Verkehrssprache, in manchen Ländern den der Amtssprache. Darüber hinaus sind die USA künftig ein entscheidender Zielmarkt für die englischsprachigen Angebote der DW. Angesichts weltweit etwa einer Milliarde Englisch sprechender Menschen birgt das englischsprachige Angebot für die DW das größte Nutzungspotenzial, insbesondere in der DW-Zielgruppe.[3]

In Zielregionen, in denen Englisch nicht weit verbreitet ist, erreicht die DW ihre Zielgruppe mit Angeboten in den jeweiligen Regionalsprachen:

Für Afrika sind dies die großen Regionalsprachen Haussa (Nigeria, Niger), Kisuaheli (Ost-Afrika) und Amharisch (Horn von Afrika). Darüber hinaus bietet die Deutsche Welle der frankophonen Zielgruppe Inhalte in Französisch sowie Portugiesisch für die lusophone Zielgruppe Afrikas.

Auch die acht regionalsprachigen Angebote für Asien – Chinesisch, Dari, Paschtu, Farsi, Urdu, Indonesisch, Hindi und Bengali – haben vor dem Hintergrund der geopolitischen und medienrechtlichen Entwicklungen nichts an ihrer strategischen Bedeutung für das Angebot der DW verloren.

Gerade das arabischsprachige Angebot gewinnt angesichts der sich weiter zuspitzenden politischen, gesellschaftlichen und medienrechtlichen Lage in zahlreichen Ländern der arabischen Welt weiter an Bedeutung – wie massive Nutzungssteigerungen im Zeitraum der abgelaufenen Aufgabenplanung belegen.[4]

Russisch hat in den vergangen Jahren mit Blick auf die politischen Entwicklungen in Russland und die Einschränkung von Medienfreiheit und -vielfalt durch die russische Regierung an Relevanz für die DW gewonnen und wird diese auch in den kommenden Jahren behalten. Obwohl die Presse in der Ukraine freier arbeiten kann als in Russland, ist die Freiheit der dortigen Medien durch zunehmende Einflussnahme von Regierungs- und Oppositionspolitikern beeinträchtigt. Deshalb spielt Ukrainisch als

[3] Vgl. DW Evaluationsbericht 2017
[4] Vgl. DW Evaluationsbericht 2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Sprache eines Landes im Transformationsprozess auch künftig eine wichtige Rolle für die DW.

In Lateinamerika behalten Spanisch und Portugiesisch für Brasilien mit Blick auf das hohe Reichweitenpotenzial und die politische, wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung des Kontinents für Deutschland ihren hohen Stellenwert.

Bei den europäischen Sprachen setzt die DW – auch vor dem Hintergrund der strategischen Bedeutung der Länder für Deutschland und Europa – einen besonderen Schwerpunkt auf Türkisch, Polnisch, Griechisch und die Sprachen des westlichen Balkan.

Inzwischen ist die DW weltweit mit vielen Studios und Büros vertreten. Neben den großen Studios in Brüssel, Washington und Moskau unterhält sie Büros in Jerusalem, Kiew, Lagos, Nairobi, Neu Delhi und Bangkok. Darüber hinaus verfügt die DW Akademie über Büros in Tunis, Windhuk, Kampala, Accra und Rangun. Im Zuge der notwendigen Ausweitung ihres Korrespondentennetzes plant die DW zunächst die Einrichtung von weiteren Büros in Bogotá, Beirut, Teheran, Istanbul und Riga.

**Ziele**

Mit Blick auf die in § 4 Deutsche-Welle-Gesetz formulierten übergeordneten Ziele verfolgt die DW folgende **Wirkungsabsicht**:

> Die DW befähigt Menschen weltweit, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.

Um diese Wirkung zu erzielen, müssen die Angebote der DW möglichst umfangreich genutzt werden. Dies setzt zunächst voraus, dass die Inhalte über die von den Nutzenden bevorzugten Plattformen verfügbar gemacht werden. Genutzt werden sie darüber hinaus nur, wenn sie von der Zielgruppe als relevant, glaubwürdig und von hoher Qualität wahrgenommen werden. Dies geschieht insbesondere dann, wenn die Angebote einen Bezug zur Lebenswirklichkeit der Nutzenden aufweisen. DW-Inhalte, die in der Zielgruppe hohe Nutzung und Akzeptanz erfahren, schaffen Vertrauen in unabhängige Medien und unterstützen die freie Meinungsbildung. Eine weitere wesentliche Voraussetzung hierfür ist die Befähigung, mit Medien und deren Inhalten souverän umgehen zu können. Die Vermittlung dieser Medienkompetenz ist ein wichtiger Schwerpunkt der DW Akademie. Hierüber und über nachhaltige Strukturveränderungen in den Mediensystemen tragen die DW und die DW Akademie zu einer Verbesserung der Diskurs- und Dialogfähigkeit der Zielgruppen bei, insbesondere in Regionen, die Terror, Propaganda, Flucht und Migration ausgesetzt sind.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Auf der Grundlage von Zielregionen, Zielgruppen und Selbstverständnis konkretisiert die DW ihre gesetzlich verankerten Aufgaben und setzt sich für den Zeitraum der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 folgende **Ziele**:

- Die DW stärkt weltweit Meinungsfreiheit und Demokratie in Zeiten von Terror, Propaganda, Flucht und Migration.
- Die DW steigert Wirkung und Relevanz ihrer Angebote.
- Die DW steigert ihre Reichweite von 157 Millionen auf 210 Millionen wöchentliche Nutzerkontakte.

Mit dieser Zielsetzung knüpft die Deutsche Welle an die Ergebnisse des Evaluationsberichts 2017 an:

Hier wurde deutlich, dass die Angebote der DW in zahlreichen Zielregionen erfolgreich sind, wie die deutlich gestiegene Nutzung belegt. Inzwischen nutzen weltweit wöchentlich 157 Millionen Menschen die Angebote der DW. Dem globalen Trend zur verstärkten Nutzung digitaler Angebote zur Informationsbeschaffung und hier insbesondere der dialogisch und interaktiv ausgerichteten Sozialen Medien konnte die DW bereits in vielfacher Hinsicht Rechnung tragen: Die prozentual höchsten Reichweitenzuwächse erzielte sie mit ihren **digitalen Angeboten** in Sozialen Medien und auf Partnerplattformen. Hier konnte die DW ihre Reichweite um mehr als 50 % steigern. Als wichtigste Nutzungstreiber haben sich dabei plattformspezifisch produzierte Videos gezeigt.

Gleichzeitig ist in vielen Zielregionen der DW die Nutzung von TV als Nachrichten- und Informationsmedium noch immer hoch: Mit ihren **TV-Angeboten** erreichte die DW im Evaluationszeitraum die meisten Menschen – insbesondere Afrika und Lateinamerika sind starke Wachstumsmärkte. Demgegenüber verliert das **Radio** als Medium zur Informationsbeschaffung insgesamt an Bedeutung.

Die Evaluation ihrer Angebote ergab darüber hinaus, dass die DW als glaubwürdige Quelle für Informationen genutzt und geschätzt wird: 96 % der im Zuge der Evaluation befragten Nutzerinnen und Nutzer[5] erachten DW-Informationen als vertrauenswürdig. Der DW gelingt es, Werte zu vermitteln, für die Deutschland in der Welt steht. Sie trägt zur Reputation Deutschlands ebenso wie zur Förderung der deutschen Sprache und Kultur bei. Darüber hinaus fördert sie die **Demokratie- und Diskursfähigkeit**: Die DW-Zielgruppen erkennen deutsche und europäische Perspektiven und Werte, sie verstehen Zusammenhänge des Weltgeschehens besser, wissen mehr über demokratische Prinzipien und können sich eine unabhängige Meinung bilden. So gelingt es der DW, Nutzer zu befähigen, sich diskursiv stärker für die Zivilgesellschaft zu engagieren. Die DW Akademie unterstützt die DW in dieser Zielsetzung, beispielsweise indem sie zivil-

[5] Vgl. Evaluationsbericht 2017: Die Frage nach der Glaubwürdigkeit der DW wurde von 2.000 befragten DW-Nutzerinnen und Nutzern beantwortet.

gesellschaftliche Initiativen und Organisationen beim professionellen und verantwortungsvollen Einsatz von Medien begleitet.

Um **Wirkung und Relevanz** ihrer Angebote zu steigern, überprüft die DW im Rahmen ihrer strategischen Angebotsentwicklung kontinuierlich, welche Inhalte in welcher Form über welche Medien und Plattformen verbreitet werden. Um das Reichweiten- und Wirkpotenzial ihrer Angebote bestmöglich ausschöpfen zu können, muss die DW die Relevanz ihrer Angebote weiter steigern – auch das ist ein Ergebnis der Evaluation. Im Aufgabenplanungszeitraum 2014-2017 hat die DW hierfür bereits wichtige Erfolgsfaktoren geschaffen, etwa durch den Ausbau des englischsprachigen Angebots, die stärkere Regionalisierung der Angebote für Afrika und Asien und die Weiterentwicklung ihrer digitalen Angebote in allen Sprachen. Nur so gelang es der DW, ihre Nutzung deutlich zu steigern und damit eine Spitzenposition unter den internationalen Informationsanbietern einzunehmen.

Doch die Gewohnheiten und Erwartungen der Zielgruppen ändern sich im Zuge der Digitalisierung rasant. Auch der sich zunehmend verschärfende Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer macht eine deutlichere Fokussierung auf die Interessen und Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppen notwendiger denn je. Sie müssen im Zentrum von Planung, Produktion und Distribution der DW-Angebote stehen. Nicht zuletzt der Versuch einer zunehmenden Zahl an Ländern, ihrer Bevölkerung den Zugang zu freien Informationen zu erschweren, erhöht den Handlungsbedarf für Auslandssender mit demokratischer Absenderkennung. Die DW wird sich daher gemeinsam mit ihrer DW Akademie auf die Realisierung der im folgenden Kapitel dargelegten übergreifenden strategischen Maßnahmen konzentrieren.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 2. Schwerpunkte der DW für den Zeitraum 2018-2021

Um die vorstehend genannten Ziele erreichen zu können, plant die DW folgende übergreifende Maßnahmen:

1. Journalistische Angebote stärker fokussieren
2. Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen
3. Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken

### 2.1 Journalistische Angebote stärker fokussieren

**Konzentration**

Um die Erwartungen ihrer Nutzer zu erfüllen und sich im Wettbewerb hervorzuheben, hat die DW im abgelaufenen Aufgabenplanungszeitraum ihre Angebote kontinuierlich optimiert und auf diese Weise eine Spitzenposition unter den internationalen Informationsanbietern erlangt.

Angesichts der erhöhten Zahl an Wettbewerbern und der dadurch weiter zunehmenden Menge an journalistischen Angeboten wächst das Bedürfnis nach journalistischer Qualität und einzigartigen Inhalten, die aus der Masse hervorstechen. Denn nur solche Inhalte, die von den Nutzenden als relevant erachtet werden, in ihrer Machart innovativ sind und ihnen einen konkreten Mehrwert bieten, werden auch genutzt. Dabei ist die Anschlussfähigkeit an die Lebenswirklichkeit der Zielgruppe ein wesentliches Qualitätskriterium. Zur Lebenswirklichkeit gehören jedoch nicht ausschließlich faktenbasierte Nachrichten über das aktuelle Geschehen. Hierzu gehören auch konstruktive Geschichten, die Menschen Mut machen: beispielsweise Beiträge über erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer, Künstler, Erfinder oder über Menschen, die sich in den jeweiligen Zielregionen in besonderer Weise für die Zivilgesellschaft einsetzen. Das erfordert von der DW die Produktion von mehr selbst erstellten, originären Inhalten aus der und über die Region. Die DW wird daher ihre Angebote noch stärker auf exklusive, qualitativ hochwertige Inhalte und attraktive, zeitgemäße Formate konzentrieren – Angebote, die das Profil und die Marke DW im Wettbewerberumfeld unverwechselbar machen und dem steigenden Wunsch der Nutzer nach Orientierung, Identifikation und Dialog entgegenkommen.

**Stärkere Nutzerorientierung durch Regionalisierung**

Ausgangspunkt aller Überlegungen und Maßnahmen zur Optimierung der DW-Angebote sind die Nutzerinnen und Nutzer. Die DW hat den Anspruch, ihre Zielgruppen mit aktuellen und für sie relevanten Informationen zu erreichen. Im abgelaufenen Aufgabenplanungszeitraum gelang es ihr, die Relevanz ihrer Inhalte zu steigern – vor al-

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

lem durch eine stärkere Ausrichtung ihrer Inhalte auf die Lebenswirklichkeit der Zielgruppen[6]. Dennoch ergibt sich insbesondere für die englischsprachigen Angebote für Afrika, Asien und die USA Optimierungspotenzial. Vor allem die jungen Zielgruppen in den urbanen Zentren Afrikas und Asiens sollten sich zukünftig noch stärker mit ihrer Lebenswelt in den Angeboten der DW wiederfinden. Daher wird die DW einen Schwerpunkt auf eine verstärkte Regionalisierung ihrer Angebote legen. Hierzu gehört neben der thematischen Schwerpunktsetzung auf einzelne Länder und Regionen auch, die Auswirkungen globaler Ereignisse auf die jeweilige Zielregion noch besser abzubilden. Zielgruppenspezifisch gestaltete, inhaltlich regionalisierte Inhalte bieten den Nutzenden ein hohes Identifikationspotenzial und schaffen Anlass zum Dialog. Sie stellen angesichts zunehmenden Wettbewerbs einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die DW dar.

Mit dem Ziel, näher an der Zielgruppe zu sein und damit die Qualität und Authentizität regionalisierter Inhalte zu steigern, wird die DW in ausgewählten Regionen sukzessive die Produktion vor Ort ausbauen. Hierzu plant sie die **Ausweitung ihres Korrespondentennetzes** sowie die Einrichtung von **Büros** in strategisch besonders bedeutsamen Ländern. In diesem Zusammenhang scheint darüber hinaus die Einrichtung von **Studios** geboten, die neben dem exklusiven Zugang zu Themen eine unmittelbare Produktion vor Ort ermöglichen. Mit dieser Maßnahme, die nur bei einem Mittelaufwuchs realisiert werden kann, verfolgt die DW ein weiteres Ziel: Indem sie bei aktuellen Geschehnissen, gesellschaftlichen Veränderungen und politischen Entwicklungen vor Ort ist, kann sie schneller reagieren und so ihre Breaking News- und Krisenreaktionsfähigkeit erhöhen. Auf diese Weise gelingt es ihr auch, Zeitdifferenzen zu überbrücken und damit einen Wettbewerbsvorsprung anderer internationaler Informationsanbieter zu reduzieren, die zum Teil schon lange und mit erheblichen Ressourcen vor Ort produzieren. Die DW wird dafür Sorge tragen, dass die Arbeit vor Ort den gleichen strengen Qualitätssicherungsmaßstäben unterliegt, die auch an den DW-Standorten im Inland gelten.

Wesentliche Voraussetzung, um Relevanz und Reichweite der Angebote nachhaltig zu steigern, sind für die Nutzerinnen und Nutzer maßgeschneiderte Inhalte. Um zu gewährleisten, dass alle Angebote auf die Bedürfnisse und Interessen der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten sind, bewährt es sich seit langem, dass die DW bereits bei der Entwicklung ihrer Angebote die Rückmeldungen ihrer Partner berücksichtigt. Diese Partner betreiben reichweitenstarke TV-Sender, Radiostationen oder Onlineportale in den Zielregionen, über die sie Inhalte in ihre Angebote integrieren und verbreiten. So profitiert die DW von Bekanntheit und Reichweite der Partner in den Märkten. Die Partner verfügen nicht nur über genaue Kenntnisse ihrer Märkte, sondern besitzen durch die Nähe zu den Zielgruppen ein gutes Gespür für deren Interessen und Erwartungen. Dass die DW mit diesem Ansatz auf dem richtigen Weg ist, zeigt sich an erfolg-

[6] Vgl. DW Evaluationsbericht 2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

reichen Koproduktionen, beispielsweise mit dem nigerianischen Partner *Channels TV* und dem kenianischen Partner *KTN*. Gemeinsam mit diesen Partnern erstellt die DW das erfolgreiche Umweltmagazin *Eco@Africa*. Die redaktionelle Verantwortung bleibt bei derartigen Koproduktionen stets bei der DW.

Die DW wird diese bewährte Vorgehensweise im aktuellen Aufgabenplanungszeitraum ausbauen und weiter professionalisieren: Mit dem geplanten Angebot für Partner, ***DW Premium,*** wird sie das Potenzial von Partnern noch stärker ausschöpfen. *DW Premium* ist eine Angebots- und Vertriebsstruktur für Schalten und Videocontent. Das Angebot soll Schalten, TV-Beiträge, Webvideos und Social Media-Inhalte umfassen, welche ausgewählten Partnern zur Verfügung gestellt werden. Mit der Einführung von *DW Premium* wird einerseits das Ziel einer deutlichen Reichweitensteigerung verfolgt und andererseits eine optimierte Nutzung des Programmvermögens durch einen Austausch mit geeigneten Partnern.

## 2.2 Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen

Die Digitalisierung sorgt weltweit für einen tiefgreifenden Wandel aller Lebensbereiche. Sie ist eine zentrale Herausforderung der Gegenwart, auch für Medienunternehmen. Die Entwicklungen im Digitalen sind gekennzeichnet durch eine ausgesprochen hohe Dynamik, die durch technische Innovationen und damit einhergehend veränderte Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe geprägt ist. Digitale Angebote spielen für die Informationsbeschaffung insbesondere in der jüngeren Zielgruppe eine immer größere Rolle. Die Bereitschaft der Nutzer, neue Technologien für die Informationsbeschaffung zu nutzen, hat die Medienmärkte in den vergangenen zehn Jahren maßgeblich verändert. Es ist davon auszugehen, dass sich die Märkte in ebenso schnellem Tempo weiterentwickeln werden. Hierauf müssen Medien in entsprechender Geschwindigkeit reagieren, um relevant für die Nutzenden zu bleiben. Mit Blick auf die raschen technischen Innovationszyklen erfordert dies laufend erhebliche Investitionen.

Die Deutsche Welle verwandelt sich mehr und mehr in ein digitales Medienunternehmen. Diesen Weg wird sie weitergehen – auf Basis ihrer im Jahr 2017 entwickelten Digitalstrategie einerseits sowie durch Veränderungen ihrer Organisationsstruktur andererseits.

### Digitale Angebote stärken: Digitalstrategie zeitnah umsetzen

Die Digitalstrategie der DW stellt die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer ins Zentrum aller Überlegungen, denn nur so kann der Erfolg im Digitalen sichergestellt werden. Um die Angebote optimal auf die Bedürfnisse der Nutzenden zuschneiden zu können, werden die Journalistinnen und Journalisten der DW konsequent **datenbasiert** arbeiten. Dies ermöglicht ihnen, den Erfolg ihrer Produkte unmittelbar analysieren zu können.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

In den fortschrittlicheren Zielmärkten der DW nutzt die Zielgruppe bereits jetzt an erster Stelle digitale Angebote, um sich zu informieren – mit steigender Tendenz über mobile Endgeräte. Diese Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren voraussichtlich auch in weiteren Märkten abzeichnen. Daher gilt nicht nur das Diktum *digital first,* sondern insbesondere auch *mobile first*: Alle digitalen Angebote der DW werden auf die **mobile Nutzung** ausgerichtet.

Um im zunehmenden Wettbewerb bestehen zu können, müssen die journalistischen Angebote der Deutschen Wellen dort zu finden sein, wo die Nutzerinnen und Nutzer sie erwarten: In Sozialen Medien, Suchmaschinen, News-Aggregatoren und bei Partnern. Daher setzt die DW stärker als zuvor auf *distributed content:* **Social Media** wird als eigenständiges Medium begriffen. Das bedeutet unter anderem, dass mehr Inhalte gezielt für Soziale Netzwerke und Plattformen wie *Facebook, YouTube, Twitter* und *Instagram* produziert werden. Auch konzentriert sich die DW im Rahmen der Digitalstrategie auf Suchmaschinen. Damit möglichst viele Nutzerinnen und Nutzer auf die Angebote aufmerksam werden, integriert die DW die Suchmaschinenoptimierung (SEO) als festen Bestandteil journalistischer Arbeit in ihre redaktionellen Abläufe und schafft dafür gleichzeitig alle nötigen technischen Voraussetzungen.

Videos und visuelle Elemente wie Bilder oder Infografiken stellen einen wichtigen Erfolgsfaktor dar, um im zunehmenden Wettbewerb konkurrenzfähig zu bleiben: Die Angebote müssen sich optisch von denen der Konkurrenz abheben, um genutzt zu werden. Entscheidend ist nicht die Menge der Inhalte, sondern ihre Qualität. Einzigartige Angebote wie ausdrucksstarke Bilder und exklusive, plattformgerechte Videos unterstützen die schärfere Profilierung des DW-Angebotes.

Um sich nicht von Sozialen Netzwerken, Partnern oder Aggregatoren abhängig zu machen, unternimmt die DW gleichzeitig große Anstrengungen, ihre Nutzerinnen und Nutzer auf eigene Plattformen zu leiten. Dabei wird insbesondere die **mobile Website** m.dw.com weiter optimiert, dass sie von noch mehr Menschen der Zielgruppe genutzt werden kann. Hierzu gehören beispielsweise Maßnahmen zur besseren Integration von Audio- und Videoinhalten sowie eine verbesserte Strukturierung der Startseite. Auch wird das Themenprofil der **DW App** geschärft, um den Interessen und Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzern noch besser zu entsprechen.

Die DW tritt als interaktive Partnerin für Pluralismus und Meinungsvielfalt ein und bietet ihrem Publikum ein Forum zur Meinungsäußerung. In den vergangenen Jahren hat die DW das Volumen an interaktiven und dialogischen Angeboten deutlich erhöht. Um den bereits im Markenkern der DW verankerten, wichtigen Dialog mit den Nutzerinnen und Nutzern zu intensivieren, wird die DW sukzessive ein aktives **Community Management** für alle zentralen Plattformen ausbauen. In ihrer Rolle als Dialogpartner stehen DW-Journalistinnen und -Journalisten in direktem Austausch mit den Nutzenden. Dies ermöglicht der DW, ihre Angebote auf Basis ihres journalistischen Profils noch zielgruppengerechter zu gestalten und damit die Relevanz ihrer Inhalte zu

steigern. Darüber hinaus soll diese Maßnahme die Nutzenden noch stärker an die DW binden.

Schließlich zielt die Etablierung von ***DW Premium*** (vgl. Kapitel 2.1) darauf ab, auch den Erfolg der digitalen DW-Angebote zu steigern. Auf längere Sicht sollen die Partnerschaften vor allem für Social Media und mobile Angebote ausgeweitet werden.

Die DW Akademie hat ebenfalls eine Digitalstrategie entwickelt, die dem Strukturwandel der Medienmärkte weltweit und den sich daraus ergebenden neuen Anforderungen an Medienakteure Rechnung trägt. Dabei stellt auch sie die Nutzenden ins Zentrum ihrer Aktivitäten und setzt auf innovative digitale Angebote sowie e-Learning-Plattformen, die über mobile Endgeräte nutzbar sind. Diese Strategie wird die DW Akademie in den nächsten Jahren umsetzen und weiterentwickeln.

**Organisation zukunftsfähig machen**

Um entsprechend der Marktentwicklung das Postulat *digital and mobile first* zu erfüllen und den Wandel in ein komplett digital ausgerichtetes Medienunternehmen zu vollziehen, muss die DW ihre Organisationsstruktur überdenken und gegebenenfalls an die sich aus der Digitalisierung ergebenden Anforderungen anpassen. Dazu gehört auch, über ein Innovationsmanagement sicherzustellen, dass die DW schnell und flexibel auf neue Entwicklungen reagieren kann. Erste Schritte in diese Richtung geht die DW mit dem im Frühjahr 2017 erfolgreich gestarteten *DW Lab*, in dem die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit bei der Entwicklung von digitalen journalistischen Innovationen bereits Früchte trägt.

Auch plant die DW, die bereits begonnen Maßnahmen zur Entwicklung ihrer technischen Infrastruktur fortzusetzen. Insbesondere muss sie die Medienproduktion und –distribution modularer und flexibler gestalten – durch Regieautomation, Smart Production, moderne Videoproduktions- und Distributionssysteme und ein responsives Webdesign. Diese Maßnahmen sollen sie befähigen, flexibel auf veränderte Marktbedingungen und Technologien reagieren zu können. Darüber hinaus wird sich eine zunehmende Digitalisierung der Arbeitsprozesse – auch im Bereich der Verwaltung – effizienzsteigernd auswirken.

All dies ist nur erfolgversprechend, wenn es der DW gelingt, ihre Attraktivität als Arbeitgeberin zu erhöhen und so qualifizierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter längerfristig an das Unternehmen zu binden. Einerseits muss die Expertise der Mitarbeiterschaft durch kontinuierliche Weiterqualifizierung gefördert und erweitert werden. Andererseits kann die DW durch die gezielte Einführung eines *Employer Branding* ihre Wirkung als Arbeitgebermarke nach außen hin stärken und für künftige Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer attraktiver werden.

Die DW wird darüber hinaus das *Diversity Management* intensivieren, das die Vielfalt im Unternehmen anerkennt und deren Nutzen erschließt. Hierzu gehört auch, dass sie die Inklusion von Menschen mit Behinderungen stärkt. Sie wird das Thema Inklusion

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

sowohl in ihrem Programmangebot berücksichtigen als auch ihre diesbezüglichen Maßnahmen im Unternehmen selbst intensivieren. Darüber hinaus bekennt sie sich zu dem Ziel, Menschen mit Behinderungen möglichst viele Inhalte barrierefrei zugänglich zu machen. Die DW wird vor allem bei technischen Neuanschaffungen und neuen Angeboten das Thema Barrierefreiheit mitdenken.

## 2.3 Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken

Zentrale Markenkernthemen der DW sind Wissen, Dialog, Freiheit – in diesem Themenspektrum verfügt die DW aufgrund ihrer Expertise über eine hohe Glaubwürdigkeit bei den Nutzerinnern und Nutzern. Angesichts weltweit zunehmender Propaganda sowie politischer Instabilität in vielen Regionen der Welt und den auch daraus resultierenden Migrationsbewegungen weisen die Profilthemen der DW eine hohe Aktualität und Relevanz für die Zielgruppen auf. Das Recht auf freie Meinungsäußerung, zivilgesellschaftliche Prozesse sowie demokratische Bestrebungen gerät in immer mehr Zielregionen unter erheblichen Druck. Es ist Auftrag der DW, sich mit ihren Angeboten für das Menschenrecht auf Meinungsfreiheit einzusetzen, ohne das eine demokratische Gesellschaft weder entstehen noch existieren kann. Mit Blick auf die geopolitische Lage ist die Erfüllung dieses Auftrags wichtiger denn je. Durch ihre unabhängige, professionelle Berichterstattung trägt die DW zur Aufklärung, zur freien Meinungsbildung und zur Stärkung zivilgesellschaftlicher Prozesse bei. Aus diesem Grund wird die DW künftig ihre Expertise in diesen Themen weiter ausbauen und inhaltlich einen noch deutlicheren Fokus auf ihre Markenkernthemen richten. Dabei ist es unabdingbar, dass sie ein unverwechselbares Profil als Informationsanbieter aus Deutschland und der Mitte Europas zeigt. In ihren Bestrebungen zur Stärkung von Meinungsfreiheit und Demokratie wird sie unterstützt von der DW Akademie, die mit ihren Projekten zur Medienentwicklungszusammenarbeit die Teilhabe von Menschen an politischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklung fördert. Vor dem Hintergrund der gemeinsamen Zielsetzung werden DW und DW Akademie ihre inhaltliche Zusammenarbeit weiter intensivieren.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 3. Programmziele und strategische Maßnahmen pro Region

Nach der erfolgten Neuausrichtung ihrer Angebote im Zeitraum der vorherigen Aufgabenplanung setzt die DW in den kommenden vier Jahren den eingeschlagenen Weg fort. Sie legt ihren programmlichen Schwerpunkt auch künftig auf das englischsprachige Angebot. Um international wettbewerbsfähig zu bleiben, ist diese Schwerpunktsetzung von grundlegender Bedeutung – für alle internationalen Informationsanbieter ist Englisch das Flaggschiff-Angebot. Das englischsprachige DW-Angebot wird durch Angebote in Regionalsprachen ergänzt. So gewährleistet die DW, die Zielgruppen unabhängig von englischer Sprachkompetenz zu erreichen und passgenau Inhalte für die jeweiligen Bedürfnisse bereitstellen zu können. Durch eine weitere Profilierung der Angebote anhand der DW-Markenthemen „Wissen“, „Dialog“ und „Freiheit“ erfüllt sie ihre Wirkungsabsicht, mit unabhängigen Informationen und verlässlichen Fakten zu gesellschaftlichen Debatten und damit einer Stärkung zivilgesellschaftlicher und demokratischer Prozesse beizutragen. Gleichzeitig stellt die DW sicher, dass Deutsch weiterhin eine wichtige Rolle in ihrem Gesamtangebot einnimmt.

Angesichts des hohen Anteils an jungen Menschen in der Zielgruppe wird eine Verjüngung des Programmangebots angestrebt. Alleine in Subsahara-Afrika sind 77 Prozent der Menschen unter 35 Jahre alt. Diesen Menschen muss die DW Angebote machen, die ihnen eine Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themen und damit eine gesellschaftliche Teilhabe und Mitgestaltung ermöglichen. Die Etablierung von DW-Journalistinnen und -Journalisten als direkte Ansprechpartner in sozialen Netzwerken animiert zu Dialog und bindet die Zielgruppe an die DW. Die Erhöhung des Anteils an originären Inhalten und exklusiven Geschichten steigert das Wirkpotenzial und die Wettbewerbsfähigkeit – und macht die DW auch für Partner attraktiver. Dies kann ihr jedoch nur gelingen, wenn sie ihr Korrespondentennetz ausweitet und in gewissem Umfang redaktionelle Planung und Produktion in die Zielregionen verlagert. Je nach finanzieller Ausstattung wird überprüft, ob auch die Einrichtung von Studios in ausgewählten Ländern realisiert werden kann.

Im Folgenden werden die Strategien für die globalen Sprachangebote sowie für die einzelnen Zielregionen und die Schwerpunkte der jeweiligen Angebote beschrieben.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 3.1 Globale journalistische Angebote: Englisch und Deutsch

### 3.1.1 Englisch

Englisch ist die bedeutendste internationale Verkehrssprache, als *Lingua franca* wird sie von 371 Millionen Menschen als Muttersprache und zusammen mit den Zweitsprachlern von rund einer Milliarde Menschen[7] zur internationalen und interkulturellen Kommunikation genutzt. Angesichts der hohen Verbreitung in ihrer Kernzielgruppe birgt sie für die DW das größte Nutzungs- und Wirkpotenzial. Aus diesem Grund hat die DW ihr englischsprachiges Angebot zum journalistischen Flaggschiff und zu einem international wettbewerbsfähigen Angebot ausgebaut. Neben dem Relaunch des englischsprachigen TV-Kanals wurden auch die digitalen Angebote neu aufgestellt: Die Website mit der neuen Domain *dw.com* wurde attraktiver gestaltet, das Engagement in Sozialen Netzwerken deutlich verstärkt – hierzu zählen beispielsweise die plattformspezifische Produktion von Inhalten und die Erweiterung der interaktiven Angebote. Für ihr englischsprachiges Radio-Angebot setzte die DW einen eindeutigen regionalen Schwerpunkt auf Afrika.

Damit die DW das hohe Reichweiten- und Wirkpotenzial ihres englischsprachigen Angebots noch besser ausschöpfen kann, müssen der erfolgreich eingeschlagene Kurs wieterentwickelt und neue inhaltliche Akzente gesetzt werden.

Angesichts des in hohem Maße herausfordernden Wettbewerbs muss das englischsprachige **TV-Angebot** passgenau auf die Erwartungen und Informationsbedürfnisse seiner Zielgruppen hin gestaltet werden. Zielregionen und Zielgruppen des englischsprachigen Angebots zeichnen sich aufgrund der globalen Verbreitung durch eine hohe Heterogenität aus. Mit Blick auf die Evaluationsergebnisse für die Zielregionen **Asien** und **Afrika** wird die DW ihre Regionalkompetenz stärker für das Nachrichtenangebot nutzen und den asiatischen und afrikanischen Zielgruppen mehr **regionalisierte** Inhalte bieten – auch über den Ausbau von TV-Schalten. Gleichzeitig werden die regionalen Nachrichtenstrecken in der jeweiligen regionalen Primetime ausgeweitet. Die optische Anmutung und Programmierung werden weiter optimiert. Bis 2021 soll das Angebot zu einem News- and Current-Affairs-Angebot ausgebaut und die Breaking News-Fähigkeit erhöht werden. Auch in den **Magazin**-Angeboten werden die inhaltlichen Akzente neu justiert, um eine deutlich höhere Anschlussfähigkeit an die Lebenswirklichkeit und das Informationsinteresse der Nutzer zu erzielen. Hierzu zählt auch, dass die DW vermehrt **konstruktive Geschichten** in ihrem Angebot abbilden wird. Dies können Erfolgsgeschichten sein oder auch Berichte über positive Entwicklungen und Menschen, die sich in besonderem Maße für die Zivilgesellschaft einsetzen. Um sowohl die Präsenz als auch die Relevanz ihrer Angebote für die beiden Schwerpunktregionen zu erhöhen, plant die DW die Einführung neuer Magazine. So soll beispiels-

[7] DW Evaluationsbericht 2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

weise ein neues Asien-Magazin für Indien gestartet werden – analog zu dem bereits erfolgreich eingeführten Umweltmagazin für Afrika *(Eco@Africa)*. Umweltthemen spielen global eine große Rolle, auch die asiatischen Zielgruppen zeichnen sich durch ein hohes Interesse an diesem Themenfeld aus. Um die Qualität regionalisierter Inhalte für das gesamte englischsprachige Angebot sicherzustellen, will die DW ihr **Korrespondentennetz** erweitern und in Abhängigkeit von ihrer finanziellen Ausstattung prüfen, inwieweit die Einrichtung von Studios vor Ort möglich ist.

Das größte Wachstumspotenzial für das englischsprachige Angebot liegt bei den **digitalen** Angeboten, hier insbesondere bei den **Sozialen Medien**. Deshalb wird die DW ihr Online-Angebot ausbauen und ihr Engagement auf externen Plattformen wie *Facebook, YouTube, Twitter* und *Instagram* deutlich verstärken. Hierzu wird sie die im Rahmen ihrer neu konzipierten Digitalstrategie aufgeführten Maßnahmen umsetzen (s. Kapitel 2.2).

Da das englischsprachige **Audio-Angebot** einen klaren regionalen Schwerpunkt auf Zielländer in Subsahara-Afrika setzt, werden die strategischen Maßnahmen für dieses Angebot in Kapitel 3.2 genauer beschrieben.

Vor dem Hintergrund der politischen und medienpolitischen Entwicklungen in den USA verstärkt die DW auch dort ihr Engagement. Angesichts der bereits bestehenden und zu erwartenden Konflikte im transatlantischen Verhältnis ist es zunehmend wichtig, deutsche und europäische Sichtweisen und Positionen in den USA und weltweit zu vermitteln. Die DW agiert hier in einem anspruchsvollen, hochprofessionalisierten und ausgesprochen kompetitiven Medienmarkt besonders erfolgreich mit ihrem englischsprachigen Online-Angebot. Auf Grundlage ihres Auftrags wird die DW in dieser Zielregion ihre TV-, Audio- und Online-Angebote konsequent auf die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe hin gestalten und den thematischen Fokus verstärkt auf transatlantische und bilaterale Beziehungen richten. Als zentrale Maßnahme plant die DW, die USA künftig rund um die Uhr mit Nachrichten aus deutscher und europäischer Perspektive zu versorgen und nicht wie bisher nur bis zum späten Nachmittag amerikanischer Zeit. Durch die Schließung der **Nachtlücke** wäre die DW in der Lage, dem amerikanischen Publikum neben zielgruppenrelevante Informationen auch Breaking News zu präsentieren.

### 3.1.2 Deutsch

Es ist gesetzlicher Auftrag und Selbstverständnis der DW, Deutschland verständlich zu machen und die deutsche Sprache zu fördern. Mit ihren Inhalten in deutscher Sprache richtet sich die DW an eine verhältnismäßig kleine Zielgruppe: Insgesamt wird die Zahl der Menschen, die Deutsch als Mutter- oder Zweitsprache sprechen, auf weltweit 103,5 Millionen geschätzt – nur fünf Millionen davon leben in den DW-Zielregionen außer-

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

halb Europas.[8] Im Verhältnis dazu ist der Anteil der **Deutschlernenden** außerhalb Europas vergleichsweise hoch. Die Zielgruppe des deutschen DW-Angebots ist ein urbanes Publikum, das sich für Kultur, Kunst, Reisen und Lifestyle-Themen interessiert.

Vor dem Hintergrund dieser Zielgruppeninteressen richtet der 2017 erfolgreich neu positionierte deutsche **TV-Kanal** seinen Fokus auf ein Kulturangebot. Diesem liegt ein weit gefasster Kulturbegriff in Anlehnung an die Definition der UNESCO zugrunde: Programmschwerpunkte sind Hoch- und Popkultur, aber auch Themen wie Gesellschaft, Wissen und Lebensart. Der Kanal wird durch zahlreiche Maßnahmen weiter profiliert. Dazu gehört die Fortführung der Thementage, nach erfolgreichen Schwerpunkten zu Demokratie und Reformation sind weitere zu Bauhaus und Beethoven geplant. Um Kosten und Nutzen des Angebots auch in Zukunft konsequent in Einklang zu bringen, wird die erfolgreiche Kooperation mit den ARD-Landesrundfunkanstalten und ZDF weiter intensiviert, beispielsweise durch die verstärkte Übernahme neuer Sendungen und die Ausstrahlung von Live-Berichterstattung der anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im deutschen DW-Angebot. Koproduktionen wie die Ende 2017 mit dem MDR gestartete Reihe *Privatkonzert* haben hier Vorbildcharakter. An den erfolgreichen Vertrieb des TV-Angebots an Partner in Russland, Israel und im südlichen Afrika wird angeknüpft.

Dem deutschen **Online**-Angebot wird weiterhin ein stabiles Nutzungspotenzial zugerechnet. Das umfassende deutschsprachige Informationsangebot ist via Website und App auch mobil verfügbar. Um dieses Angebot attraktiver zu gestalten, wird es stärker auf die Interessen der Nutzenden ausgerichtet. Hierzu gehört eine deutlichere Schärfung des Themenprofils der DW News-App.

Neu konzipierte **Social Media-Kanäle** wie DW Kultur, DW Digitales Leben und DW Musik gewährleisten als Themen-Accounts eine bessere Auffindbarkeit. Um die Interaktionsrate zu erhöhen, wird die DW noch stärker mit den Nutzenden in den Dialog treten und qualitativ hochwertigere Videos und visuelle Elemente in das Angebot integrieren.

Die Förderung der deutschen Sprache gehört zum gesetzlichen Auftrag der DW. Zentrales Angebot hierfür bleiben die in der Verantwortung der DW Akademie erstellten Deutschkurse, auf die die Nutzenden über alle Plattformen hinweg im ersten Halbjahr 2017 mehr als 7,2 Millionen Mal im Monat zugegriffen haben. Nach dem Start des neuen Sprachkursangebots *Nicos Weg* haben sich die Zugriffe auf 12 Millionen im Monat erhöht. Der Schwerpunkt der Nutzung – auch von Lernangeboten – verschiebt sich zunehmend zu Tablets und Smartphones. Die Lernenden erwarten adaptive Lernangebote für verschiedene Lebenssituationen und Nutzungsgewohnheiten. Dieser Erwartungshaltung kommt die DW mit ihren innovativen digitalen Angeboten entgegen.

[8] Ammon, Ulrich: Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt. De Gruyter Mouton (2015), S. 175

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Durch die konsequente Weiterführung der bereits begonnenen technologischen Modernisierung der Deutschlernangebote wird die DW künftig den Bedürfnissen und Wünschen von Deutschlernenden und -lehrenden noch besser gerecht und kann damit das Marktpotenzial der breit aufgestellten Inhalte effizient nutzen. Ein Schwerpunkt der Weiterentwicklung wird darin liegen, dass nach der im Herbst 2017 veröffentlichten DW Learn German-App und der Bereitstellung erster mobiler Lernangebote weitere Deutschlernangebote konsequent einer mobilen Nutzung zugänglich gemacht werden.

Im Bereich der Sprachförderung wird die DW die gute Zusammenarbeit mit den Goethe-Instituten und weiteren Mittlerorganisationen wie dem *Pädagogischen Austauschdienst* (*PAD*) und der *Zentralstelle für Auslandsschulwesen* (*ZfA*) weiter intensivieren. Darüber hinaus wird der bereits enge Kontakt zu dem *Internationalen Deutschlehrerverband* (*IDV*) und zu den nationalen Deutschlehrerverbänden ausgebaut.

## 3.2 Journalistische Angebote pro Zielregion

Mit ihren regionalsprachigen Angeboten richtet sich die DW an ihre Zielgruppen in den in Kapitel 1 genannten prioritären Zielregionen, in denen die englische Sprache nicht so weit verbreitet ist.

### 3.2.1 Subsahara-Afrika

Die Region Subsahara-Afrika, zu der alle afrikanischen Staaten außer den fünf arabisch geprägten Mittelmeerländern zählen, zeichnet sich durch eine enorme Vielfalt und einen starken politischen, wirtschaftlichen und sozialen Wandel aus. Die bevölkerungsreichen Staaten südlich der Sahara beheimaten hoch heterogene Gesellschaften mit dem weltweit höchsten Anteil junger Menschen. Diese schnell wachsende Bevölkerungsgruppe strebt nach Perspektiven und hat gleichzeitig kaum Chancen, sich politisch zu beteiligen, ihre Gesellschaften aktiv mitzugestalten und von der Entwicklung ihrer Länder zu profitieren. Sie bewegen sich in einem immensen Spannungsfeld zwischen einem hohen ökonomischen Entwicklungspotenzial einerseits – einige Länder zählen zu den stärksten Wachstumsmärkten der Welt – und politischen, wirtschaftlichen und humanitären Krisen sowie einem eingeschränkten Zugang zu unabhängigen Informationen andererseits. Die daraus resultierende Perspektivlosigkeit ist ein entscheidender Faktor für die Migrationsbewegungen innerhalb des Kontinents und in europäische Länder.

Deutschland und Afrika verbindet eine seit Jahrzehnten gewachsene Partnerschaft: Für Deutschland, die deutsche Wirtschaft und Politik ist der afrikanische Kontinent von zentraler Bedeutung. Die Zusammenarbeit fußt auf universellen Werten und gemeinsamen Interessen. Hierzu gehören neben Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Menschenrechten auch Themen wie Gesundheit, Umwelt, Klima, nachhaltige Entwicklung und Bildung – Themen, die sich mit den Markenwerten und Profilthemen der DW decken. Die Deutsche Welle und die DW Akademie setzen sich mit ihren journalistischen und medienentwicklungspolitischen Angeboten für diese Werte ein und unterstützen auf diese Weise die Bemühungen der deutschen Wirtschaft und Politik. Durch eine unabhängige und passgenaue Berichterstattung ermöglicht die DW ihrer Zielgruppe, die gesellschaftlichen Entwicklungen in ihren Ländern aktiv mitzugestalten. In von Umbrüchen geprägten Medienmärkten fördert die DW Akademie Medienunternehmen, die journalistische Qualität anstreben und einen offenen gesellschaftlichen Diskurs vorantreiben. In den Regionen Subsahara-Afrikas, die von großen Flüchtlingsbewegungen betroffen sind, fördert die DW den Austausch zwischen Herkunfts- und Aufnahmeland. Sie sorgt dafür, dass neutrale und professionelle Informationen zur Verfügung stehen und leistet so einen Beitrag zum besseren gegenseitigen Verständnis. Digitale Anwendungen sind ein wichtiger Schlüssel, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Deshalb setzt die DW Akademie einen Schwerpunkt auf digitale Teilhabe und digitale Medienentwicklung.

Journalistisch bietet die DW Radio-, TV-, Online-und Social Media-Angebote in den überregionalen Sprachen Englisch, Französisch und Portugiesisch sowie in den Regionalsprachen Haussa, Amharisch und Kisuaheli. Ein wichtiger Schwerpunkt der Berichterstattung sind die Themen Migration und Flucht. Die DW klärt verstärkt über Fluchtursachen auf, thematisiert die Risiken der Migration und die Situation für Flüchtlinge in den Zielländern. Das mediale Narrativ wird jedoch bewusst nicht auf Kriege und Krisen, Terror, Armut und humanitäre Katastrophen reduziert. Die DW legt in ihrer Berichterstattung bereits heute einen Fokus auf die erkennbar positiven Entwicklungen auf dem Kontinent. Die mit Projektmitteln des *Auswärtigen Amtes* finanzierte multimediale Berichterstattung *Africa on the move*, die junge afrikanische Menschen und ihre nachahmenswerten Projekte porträtiert, ist hierfür Beispiel und Vorbild. So wird die DW künftig verstärkt in allen Sprachen einen inhaltlichen Schwerpunkt auf konstruktive Nachrichten über und für ihre afrikanischen Zielgruppen richten. Hierzu zählen Porträts über Menschen, die sich aktiv für die Zivilgesellschaft einsetzen ebenso wie Geschichten über Erfinder, Künstler, Entrepreneure und Menschen, die sich beispielsweise für den Schutz der Umwelt stark machen.

Mit ihren **Radio-Angeboten** in allen sechs Sendesprachen für Afrika erreicht die DW sowohl Entwicklungs- und Konfliktstaaten mit teilweise stark eingeschränkter Pressefreiheit als auch Staaten mit höherer wirtschaftlicher und sozialer Dynamik und weitgehend liberalisierten Medienmärkten. Während die DW beispielsweise mit ihren Kisuaheli- und Haussa-Radioangeboten, die über Kurzwelle, Satellit und UKW-Partner ausgestrahlt werden, hohe Reichweiten erzielt, ist die Nutzung des Amharisch-Radioangebots gering. Hier können angesichts der politischen Situation keine UKW-Partnerschaften geschlossen werden. Außerdem ist die Nutzung von Kurzwellenangeboten rückläufig. Demgegenüber spielen Soziale Medien, insbesondere *Facebook*, in den afrikanischen Zielregionen inzwischen eine dominierende Rolle. Die DW wird vor

diesem Hintergrund daher in allen Sprachen **Radio- und Social Media-Inhalte noch stärker vernetzen**. Hierzu wird sie sowohl die Kompetenz als auch die Erfahrungen im **Dialog** mit den Nutzerinnen und Nutzern weiter auf die Sozialen Medien – insbesondere auf ihren erfolgreichen englischsprachigen *Facebook*-Account *DW Africa* – übertragen und mehr Möglichkeiten zu Interaktion und Partizipation bieten. Das aktuelle Beispiel der Sendung *Africa Link*, die konsequent auf afrikanische Zielgruppen ausgerichtet und als *Social Radio*-Angebot umgesetzt wird, zeigt, dass die DW mit dieser Strategie den richtigen Weg eingeschlagen hat. Zur Audio-, Video- und Textverbreitung wird sie weiterhin *WhatsApp* einsetzen und zunehmend nutzergenerierte Inhalte via Sprachnachrichten einwerben, die sie dann als Audio in das Angebot integriert. Darüber hinaus wird die DW das Potenzial **digitaler Audio-Angebote** beispielsweise auf neuen Plattformen wie *Facebook Live Audio* stärker nutzen – im Vergleich zu den internationalen Wettbewerbern ist sie hier bereits Vorreiterin. Schließlich wird die DW ihre Angebote weiter für die **UKW-Ausstrahlung optimieren** und die Distribution über **Partner** ausbauen. Nachdem die **Kurzwellen**-Ausstrahlung für die englisch- und französischsprachigen Angebote aufgrund stark rückläufiger Nutzung Ende 2017 eingestellt wurde, wird die DW die Nutzungsentwicklung der verbleibenden KW-Ausstrahlungen weiter beobachten und das Angebot bei Bedarf entsprechend anpassen.

Insbesondere für die urbanen afrikanischen Zielgruppen spielt das TV eine weiter steigende Rolle zur Informationsbeschaffung. Um Relevanz und Nutzung ihres englischen **TV-Angebots** für Afrika zu steigern, wird die DW entsprechend den Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Zielgruppen sowohl das Volumen an **regionalisierten Angeboten** als auch die Anschlussfähigkeit der Inhalte an die Lebenswirklichkeit der Zielgruppen erhöhen. Dafür wird die Kompetenz der regionalsprachigen Afrika-Redaktionen verstärkt für die globalen Angebote in Englisch genutzt. Zusätzliche TV- und Social Media-Formate, die sich an die junge Zielgruppe in Subsahara-Afrika richten, sollen das Programm ergänzen. Darüber hinaus ist die DW bestrebt, die Zahl an **Kooperationen** mit afrikanischen TV-Partnern zu erhöhen – analog zu den Kooperationen mit dem nigerianischen Partner *Channels TV* und dem kenianischen *KTN*. Über die erfolgreiche Gemeinschaftsproduktion des Umweltmagazins *Eco@Africa*, das über Innovationen und erfolgreiche Umweltprojekte in Afrika und Europa berichtet, hat die DW insoweit bereits erste strategische Weichenstellungen vorgenommen.

Das Potenzial von Online-Angeboten ist bei allen Sprachen für Afrika hoch. Das Internet erreichen die Nutzenden überwiegend über mobile Endgeräte. Vor diesem Hintergrund wird die DW künftig ihre **mobilen Angebote optimieren** und ihnen einen prioritären Stellenwert beimessen. Hierzu zählt, dass sie dem steigenden Bedürfnis nach Bewegtbild Rechnung trägt und ihr Angebot an **Webvideos** der Erwartungshaltung der jungen afrikanischen Zielgruppe anpassen wird. In dieser Hinsicht gilt beispielsweise das kisuahelisprachige Format *Papo Kwa Papo* (Kurznachrichten) als richtungsweisend. Auch werden **innovative Projekte** angestoßen, wie beispielsweise Chatbots, die derzeit im portugiesischsprachigen Angebot für Afrika getestet werden.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

### 3.2.2 Asien

Mit über vier Milliarden Menschen ist Asien der einwohnerstärkste Erdteil und eine der ethnisch vielfältigsten Regionen der Welt. Gleichzeitig ist der Kontinent von extremen Gegensätzen geprägt: Zahlreiche Länder verzeichnen große wirtschaftliche Fortschritte und zählen weltweit zu den hoch entwickelten Industrienationen. Parallel dazu gibt es in Asien – nach Afrika – die meisten Entwicklungsländer. Eine aufstrebende Mittelschicht kontrastiert mitunter stark zu großen Teilen der Bevölkerung, die sich nicht an Diskussionen zu gesellschaftlich relevanten Themen beteiligen können, weil Medien nicht frei berichten können.

Zwei der weltweit größten Terrororganisationen (Al Qaida und die Taliban) haben in Pakistan und Afghanistan ihre Heimstätten, zunehmend erweitert der islamistische Terror seinen Machtbereich auf immer mehr Länder Südostasiens. Es ist eine Radikalisierung von Bevölkerungsteilen und eine steigende religiöse Intoleranz in einigen Regionen zu beobachten. Mit Blick auf die Presse- und Medienfreiheit geraten zahlreiche Länder Asiens unter erheblichen Druck der jeweiligen Regierungen: Restriktive Gesetze und Verordnungen schränken die Presse- und Medienfreiheit mitunter erheblich ein. Zunehmende **Zensur- und Blockademaßnahmen** erschweren den Menschen einen Zugang zu freien Informationen oder verhindern diesen gänzlich.

In diesem von einem hohen Krisen- und Konfliktpotenzial geprägten Umfeld setzt sich die DW in Asien vor allem für den freien Zugang zu Informationen ein und unterstützt die Zivilbevölkerung mit ihren journalistisch unabhängigen Inhalten. Die DW Akademie setzt hierbei auf innovative digitale Ansätze: Datenjournalismus, Medienethik, Medienrecht, Digitalisierung und Sicherheit sind wichtige Schwerpunkte der DW Akademie in Bangladesch, Pakistan, Kambodscha, Kirgisistan, der Mongolei und Myanmar. Gemeinsam mit ihren Partnern arbeitet sie daran, die von politischer Teilhabe ausgeschlossenen oder benachteiligten Gruppen in ihren Rechten zu stärken. Insbesondere in ländlichen Gebieten sollen Menschen aller Ethnien die Möglichkeit haben, ihre Themen zu artikulieren und sich am gesellschaftlichen Diskurs zu beteiligen. Durch die Stärkung von Medienkompetenz sollen sie im Zeitalter des digitalen Wandels kritisch mit Medien umgehen, sich verlässliche Informationen verschaffen und Bürgermedien sowie soziale Plattformen für ihre Belange nutzen können.

Die DW ist in Asien mit Angeboten in Englisch und acht asiatischen **Sprachen** präsent: **Chinesisch, Farsi, Dari, Paschtu, Urdu, Hindi, Bengali und Indonesisch**. In Kooperation mit Partnern erstellt sie darüber hinaus eine vietnamesisch untertitelte TV-Sendung.

Für das englischsprachige Angebot der DW ist Asien – neben Afrika – die wichtigste Zielregion. Trotz steigender Nutzung digitaler Medien bleibt TV in der Region eine relevante Informationsquelle. Erfolgversprechend für das englischsprachige TV-Angebot erscheinen hier insbesondere Inhalte mit deutlichem regionalem Schwerpunkt. Die DW hat mit der Einführung regionalisierter Nachrichtensendungen zu den Hauptsen-

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

dezeiten in Asien bereits einen wichtigen Schritt in Richtung einer stärkeren Regionalisierung ihrer Angebote unternommen. Dennoch bilden sie derzeit noch zu stark die internationale Agenda ab, ohne in ausreichendem Umfang auf die besonderen Bedürfnisse der Zielgruppen einzugehen. Darüber hinaus ist auch eine deutlichere regionale Schwerpunktsetzung im übrigen TV-Angebot für Asien erforderlich, beispielsweise bei den Magazin-Angeboten. Als exemplarisch gilt hier das mit Projektmitteln des *Auswärtigen Amtes* erfolgreich gestartete Reportageformat *Founders' Valley*, in dem die Gründerszene Asiens portraitiert und der Frage nachgegangen wird, inwieweit sie zur Lösung wirtschaftlicher, politischer und ökologischer Probleme Asiens beitragen kann. Aus diesem Grund wird die DW die Regionalkompetenz der Redakteurinnen und Redakteure in den Asien-Redaktionen stärker für regionale Schwerpunktsetzungen und die Produktion von Inhalten mit hohem Bezug zur Lebenswirklichkeit der Zielgruppen nutzen – sowohl für TV als auch für ihre Online- und Social Media-Angebote. Weitere, im Zuge der Umsetzung der Digitalstrategie zu ergreifende, Maßnahmen werden in Kapitel 2.2 beschrieben.

Die DW-Angebote in asiatischen Regionalsprachen sind wichtig für Länder, in denen die Bevölkerung nur zu einem geringen Teil Englisch spricht, wie etwa Afghanistan, Iran und China. Die erfolgreichen Angebote in **Dari und Paschtu** (Afghanistan), **Urdu** (Pakistan) und **Farsi** (Iran) behalten für die DW hohe Relevanz. Vor dem Hintergrund der sich verändernden Mediennutzung werden deutliche Akzentverschiebungen in Richtung TV und Soziale Medien vorgenommen. Erste Kooperationen über Schalten mit TV-Partnern wie *NewsX India* (Indien), *ATN* (Afghanistan) und *ABC* (Australien) erzielten bereits gute Reichweiten, die erfolgreichen Social Media-Angebote zur Flüchtlingsberichterstattung in Dari, Paschtu und Urdu werden angesichts der fortbestehenden Gefährdung durch Terrororganisationen und der schlechten wirtschaftlichen Lage in den Zielregionen auch künftig Bestandteil des DW-Angebots bleiben. In ländlichen Regionen – vor allem in Afghanistan und Pakistan – wird das DW-Radioangebot immer noch nachgefragt. Die farsisprachige Zielgruppe der DW zeichnet sich durch ein hohes Interesse an kritischen Meinungen und alternativen Perspektiven aus. Die DW bietet ihr ein Forum, um sich auch über im Iran tabuisierte Themen auszutauschen. Das trotz erheblicher Blockademaßnahmen erfolgreiche Farsi-Angebot der DW wird vor dem Hintergrund der steigenden Nutzung digitaler Angebote in der Zielregion weiter optimiert und auf die zunehmende mobile Nutzung hin zugeschnitten.

**China** als bevölkerungsreichstes Land Asiens ist zugleich die Zielregion, die über sehr ausgefeilte Zensur- und Blockademaßnahmen verfügt und damit die Presse- und Meinungsfreiheit in beispielloser Weise unterdrückt. Die DW wendet sich in diesem extrem restriktiven Marktumfeld schwerpunktmäßig mit digitalen Angeboten an ihre Zielgruppe. Dies geschieht über Zensur- und Blockadeumgehungsmaßnahmen, da die DW-Website in Festlandchina gesperrt ist. Als erfolgreich hat sich die Einführung von chinesischen Langzeichen in den digitalen Angeboten und bei *Facebook* erwiesen: Sie führte zu einer deutlichen Nutzungssteigerung in Hongkong und Taiwan – hierüber versucht die DW, die Zielgruppe in China zumindest mittelbar zu erreichen. Inhaltlich

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

setzt die DW auch künftig auf ein ausgewogenes Themenspektrum entsprechend ihres Markenkerns. Da China auf besonders ausgeklügelte Methoden zum Filtern und Erkennen von Inhalten setzt und sich diese Situation zunehmend verschärft, wird die DW weiter in Maßnahmen zur Zensur- und Blockadeumgehung investieren. Gleichzeitig wird sie ihre Angebote stärker auch an die in der Diaspora lebenden Chinesen richten, um auf diese Weise mittelbar ihre Zielgruppe in Festlandchina zu erreichen.

Die Angebote in den südostasiatischen Sprachen **Hindi, Bengali** und **Indonesisch** haben seit ihrer Fokussierung auf digitale Angebote einen enormen Nutzungsanstieg erfahren – Bengali und Indonesisch insbesondere in Sozialen Medien und hier vor allem bei *Facebook*. Alle Sprachen bieten ein TV-Wissenschaftsmagazin an. Trotz ihres Erfolgs online (*DW Hindi*) und bei *Facebook* (Indonesisch und Bengali) werden die Redaktionen ihre Angebote noch mehr an den Erwartungen der Nutzenden ausrichten, deutlicher über die DW-Markenthemen profilieren und beispielsweise stärker die Zusammenhänge zwischen regionalen und globalen Themen verdeutlichen und noch mehr Inhalte mit Bezug zur Lebenswirklichkeit der Zielgruppen bieten.

Über alle Sprachen hinweg werden eine intensivere Kooperation mit Korrespondenten und eine Ausweitung der Produktion vor Ort angestrebt. Insbesondere in Situationen wie beispielsweise der Flüchtlingskrise der Rohingya, die sich zu einer humanitären Katastrophe ausgeweitet hat, müsste die DW ihre Krisenreaktionsfähigkeit deutlich unter Beweis stellen können. Durch den Aufbau von redaktionellen Strukturen in der Region können darüber hinaus die Zielgruppen zu ihren jeweiligen Hauptnutzungszeiten passgenauer bedient werden.

### 3.2.3 Lateinamerika

Die Staaten Lateinamerikas zeigen sich mit Blick auf ihre politische und wirtschaftliche Entwicklung sehr dynamisch. Zahlreiche Länder haben sich zu globalen Akteuren entwickelt, gleichzeitig sind in vielen Regionen soziale Aufstiegs- und politische Beteiligungsmöglichkeiten ungleich verteilt. Zugang zu Bildung, Gesundheitssystemen und Basisversorgung hängt stark von Einkommen, ethnischer Herkunft und Geschlecht ab. Armut betrifft häufig genau jene Gruppen der Gesellschaft, die mit einer Vielzahl von Diskriminierungen und Nachteilen zu kämpfen haben – allen voran die indigene Bevölkerung und Jugendliche. Hohe Kriminalitätsraten, Migrationsbewegungen, Korruption und der Vertrauensverlust in Regierungen destabilisieren verschiedene Länder Lateinamerikas. Gleichzeitig zeigt der Friedensprozess in Kolumbien, dass auch nach jahrzehntelangen, schweren Konflikten eine Rückkehr zu demokratischen Verhältnissen möglich zu sein scheint.

Die ungleiche Verteilung macht sich auch in der Medienlandschaft bemerkbar. Die Konzentration der Besitzverhältnisse trägt dazu bei, die stark polarisierte Medienlandschaft zu destabilisieren. Die Tendenz der Einflussnahme auf die Medien durch Regierungen und starke wirtschaftliche Akteure führt zu großen Risiken für eine plurale

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Meinungsbildung. Der lateinamerikanische Medienmarkt ist hoch kommerzialisiert, ausgesprochen dynamisch und von privaten Anbietern geprägt. In fast jedem Land bieten zwei bis drei Medienunternehmen eine äußerst regionalisierte Berichterstattung mit einer Mischung aus Nachrichten und Unterhaltungsprogrammen. Mit Blick auf die Mediennutzung spielen TV und zunehmend Soziale Medien eine bedeutende Rolle.

Zwischen Deutschland und Lateinamerika besteht eine historisch gewachsene, enge kulturelle und wirtschaftliche Verbundenheit. Deutschland wird als Partner geschätzt und findet in der Region ebenfalls verlässliche Partner bei politischen Entscheidungen auf der internationalen Bühne. Die DW Akademie konzentriert sich in der Region vor allem auf die Professionalisierung der Medienschaffenden und die Etablierung von nachhaltigen Wirtschaftsplänen für lokale Medien in Kolumbien, Ecuador und Guatemala. So leistet sie einen wichtigen Beitrag zum Aufbau und zur Konsolidierung vielfältiger und unabhängiger Mediensysteme. Außerdem trägt sie über ein spezielles Programm für lokale Akteure wie Bürgerinitiativen, Journalistennetzwerke und Medienschaffende dazu bei, die gewaltsamen Konflikte und Menschenrechtsverletzungen der Vergangenheit in Kolumbien und Guatemala im Dialog mit der Zivilgesellschaft konstruktiv aufzuarbeiten. Auf diese Weise fördert sie den Versöhnungs- und Friedensprozess.

Die Deutsche Welle stellt in ihrer Berichterstattung und in ihren vertrieblichen Aktivitäten neben Brasilien prioritär die bevölkerungsreichsten Länder Lateinamerikas in den Fokus: Mexiko, Kolumbien, Argentinien, Venezuela, Peru und Chile. Darüber hinaus richtet sie sich an die 50 Millionen Spanisch sprechenden Menschen in den USA. Neben Englisch ist die DW mit einem spanisch- sowie einem portugiesischsprachigen Angebot in den Zielregionen präsent.
Das **spanischsprachige** Angebot umfasst den linearen TV Kanal *DW (Español)*, ein multimediales Online-Angebot sowie Präsenzen in Sozialen Medien. Mit diesem Angebot trifft die DW in Lateinamerika auf disparate Märkte: Um für die jeweiligen Länder relevante Inhalte zu bieten, setzt die DW künftig auf eine stärkere Regionalisierung aller Angebote, insbesondere für die jeweilige Primetime in den priorisierten Ländern. Denn gerade bei den lateinamerikanischen Zielgruppen ist das Informationsinteresse insgesamt deutlich weniger auf internationale Nachrichten gerichtet als vielmehr auf Ereignisse im eigenen Land, die deutsche und europäische Sicht auf regionale Entwicklungen beziehungsweise die Auswirkungen globaler Ereignisse auf die eigene Region. Dieses spezifische Informationsbedürfnis hat die DW im abgelaufenen Aufgabenplanungszeitraum bereits stärker in der strategischen Ausrichtung ihres spanischsprachigen Angebots berücksichtigt und damit eine deutliche Nutzungssteigerung sowohl im TV als auch in ihren digitalen Angeboten erzielt. Ein wichtiger Schritt wird die Einrichtung eines Korrespondentenbüros für Lateinamerika in Bogotá sein, mit der Perspektive, dort künftig auch einzelne Magazinbeiträge produzieren zu können. Um darüber hinaus die Angebotsrelevanz für die Spanisch sprechenden Menschen in den USA zu erzielen und der gestiegenen Bedeutung der Vereinigten Staaten für Latein-

amerika Rechnung zu tragen, werden die USA künftig eine stärkere Rolle in der Berichterstattung des spanischsprachigen Angebots spielen.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung Sozialer Medien und des hohen Potenzials für Nutzungssteigerungen wird die DW ihre bereits ausgeweitete Präsenz auf sozialen Plattformen weiter verstärken und den Dialog mit den Nutzenden intensivieren. Dazu tragen neben personalisierten Auftritten in den Sozialen Netzwerken auch dialogbasierte TV-Formate bei. Erfolgreiche Videoreihen wie *Conciencia Sur* werden fortgesetzt: Die bei den Nutzenden beliebten Videokommentare des uruguayischen Politikers Pepe Mujica zeigen, wie der Aufbau einer überregionalen Community gelingen kann. Darüber hinaus wird bei der Produktion von Inhalten die Zusammenarbeit zwischen TV- und Online-Redaktionen weiter intensiviert.

Auch bei dem **portugiesischsprachigen** Angebot für Brasilien wird der Anteil regionalisierter Inhalte am Gesamtangebot besonders in den Bereichen Reportage und Analyse erhöht. Die DW richtet sich hier mit zwei TV-Magazinen, die über Partner ausgestrahlt werden, und digitalen Angeboten an die Zielgruppe.

Die DW trifft in Brasilien auf eine anspruchsvolle und hoch gebildete Zielgruppe, die großen Wert auf Produktionsqualität und zeitgemäße Formate legt. Diesem Bedürfnis kommt das portugiesischsprachige Angebot der DW bereits mit einer Vielzahl von innovativen Social Media-Formaten entgegen, die speziell für diese Zielgruppe produziert werden. Diese strategische Ausrichtung wird weiter verfolgt, beispielsweise auch über den Ausbau der erfolgreich etablierten Zusammenarbeit mit den Nachrichtenaggregatoren *Terra* und *Flipboard*. Darüber hinaus wird der plattformspezifischen Produktion und Distribution von Videos über *YouTube* ein höherer Stellenwert bei den redaktionellen Abläufen beigemessen.

### 3.2.4 Arabische Welt

Die Zielgruppe der DW im arabischsprachigen Raum ist mit wirtschaftlichen, sozialen und politischen Herausforderungen konfrontiert, die ihre Möglichkeiten **gesellschaftlicher Teilhabe** massiv reduzieren. In einer extrem heterogenen Region reichen diese je nach Land von Wirtschaftskrisen über eine zunehmende Einschränkung der Meinungsfreiheit und Tabuisierung sozialer und gesellschaftlicher Probleme bis hin zu bewaffneten Konflikten, die zu großen Fluchtbewegungen führen.

Drei Kräfte bestimmen die Medienentwicklung in der arabischen Welt: der digitale Wandel, politische Krisen und junge Gesellschaften. Perspektivlosigkeit und mangelnde Teilhabe prägen das Leben vieler junger Menschen. Das Bedürfnis der jungen DW-Zielgruppe ist dementsprechend hoch, sich mit politischen und sozialen Veränderungen auseinanderzusetzen und an ihnen mitzuwirken. Sie suchen aktiv nach **umfassenden, unzensierten Informationen und Möglichkeiten für einen offenen**

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

**Dialog** über die drängenden Probleme ihrer Länder. Dabei sind sie mit einer Masse an internationalen, nationalen und lokalen Medienanbietern konfrontiert, die sich in einem stark umkämpften Markt einen harten Wettbewerb um ihre Aufmerksamkeit liefern. Die DW steht vor der Herausforderung, in diesem Wettbewerb trotz vergleichsweise geringer Ressourcen auch in Zukunft zu bestehen.

Sie kann dabei von ihrer Rolle als glaubwürdige, unabhängige Vermittlerin profitieren, die von der Zielgruppe als verlässlich, fundiert und klar geschätzt wird. Sie bietet der Zielgruppe eine ausgewogene und zugleich kritische Berichterstattung, die sensibel gesellschaftliche Tabus hinterfragt und damit intensive und vermittelnde Debatten fördert sowie auf konfliktsensible und respektvolle Art das Wertegerüst europäischer Demokratien abbildet. Durch ihre Berichterstattung über Kultur, Wissenschaft und Technik schafft die DW außerdem die Basis für eine gesellschaftliche Auseinandersetzung in diesen Themenfeldern. Die journalistische Beschäftigung mit Flucht, Fluchtursachen und der Situation in Aufnahmeländern wie Deutschland bedient ein drängendes Informationsbedürfnis.

Die DW zielt dabei prioritär auf die Länder Ägypten, Saudi-Arabien, Irak, Marokko, Tunesien, Syrien, Jemen, Israel und die palästinensischen Autonomiegebiete. Der Nahostkonflikt bleibt ein zentraler Teil der Berichterstattung, in der beide Seiten zu Wort kommen, wobei das Existenzrecht Israels für die DW außer Frage steht. Es ist ein besonderes Anliegen der DW, sich in der Region für Versöhnung und gegen Antisemitismus einzusetzen. Die durch die DW vermittelte deutsche und europäische Perspektive auf diesen Konflikt hat für die Zielgruppe angesichts der vorherrschenden anglo-amerikanischen Perspektive eine hohe Bedeutung.

Die signifikante Steigerung von Relevanz und Reichweite des arabischsprachigen DW-Angebots in den vergangenen Jahren unterstreicht den eingeschlagenen Weg der **Profilschärfung anhand der DW-Markenthemen Freiheit, Wissen und Dialog**, der konsequent weitergegangen wird. Dafür ist eine geschickte Kombination der verschiedenen Verbreitungsmöglichkeiten notwendig, damit sowohl das Potenzial der Zusammenarbeit mit regionalen Partnern weiterhin bestmöglich genutzt werden kann als auch eine unabhängige Berichterstattung über eigene und Drittplattformen möglich ist.

Die DW baut daher ihre **digitalen Angebote** für die arabischsprachige Welt weiter aus. In den Sozialen Medien setzt sie weiterhin einen Schwerpunkt auf das enorme Dialogpotenzial, indem sie dialogorientierte Formate aufbaut und bekannte DW-Gesichter stärker als sicht- und streitbare Gesprächspartner positioniert. Darüber hinaus verbessert sie die Strukturen, um die qualitativ hochwertigen und in der Zielgruppe bekannten TV-Formate für mobile Nutzungssituationen aufzubereiten und in den Sozialen Medien wie auch im eigenen Online-Angebot zielgerichteter anbieten zu können.

Massive Nutzungssteigerungen seit der Neuausrichtung des arabischsprachigen Angebots im vorangegangenen Aufgabenplanungszeitraum zeigen, dass die DW in diesen

anspruchsvollen Märkten die Weichen richtig gestellt hat. Im **TV-Angebot** setzt der erfolgreiche Fokus auf originäre Angebote für die arabischsprachige Welt den Maßstab für die kommenden Jahre. Beliebte Interview- und Debattenformate wie *Shababtalk on the road* und *Misch dich ein* werden als vom *Auswärtigen Amt* geförderte Formate ebenso fortgeführt wie die regionalisierte nachrichtliche Berichterstattung. Weitere passgenau für das arabischsprachige Publikum produzierte Formate können diesen Erfolg steigern und gleichzeitig die hohe Wiederholungsrate des linearen TV-Kanals senken, die einen klaren Wettbewerbsnachteil darstellt. Ein wichtiges Erfolgskriterium bleibt die Berichterstattung vor Ort. Aus diesem Grund plant die DW neben dem bereits bestehenden Büro in Israel und dem Büro der DW Akademie in Tunis die Einrichtung eines weiteren Büros in der arabischsprachigen Welt. Über den neuen Service *DW Premium* kann die DW außerdem ihre Sichtbarkeit und damit ihre Marken-Positionierung durch TV-Schalten und gezielt produzierte TV-Beiträge bei reichweitenstarken Partnersendern im arabischsprachigen Raum erhöhen. Das bestehende **Radio-Angebot** ergänzt diesen Medienmix.

Die DW möchte die große Akzeptanz und Glaubwürdigkeit in der Region nutzen und an ihre Erfolge anknüpfen. Daher intensiviert sie den Dialog mit den Menschen aus den Zielregionen und stärkt in den kommenden Jahren weiter die Debattenkultur in der arabischen Welt, fördert den Austausch verschiedener gesellschaftlicher Meinungen und ermöglicht ihrer Zielgruppe dadurch eine gesellschaftliche Teilhabe. Über Medienprojekte gelingt es der **DW Akademie**, benachteiligten Menschen in Nahost und Nordafrika eine Stimme zu geben und sie umfassender zu informieren. Alternative, innovative Medien werden hierzu journalistisch, organisatorisch und wirtschaftlich gestärkt. Junge Nutzerinnen und Nutzer können sich durch die mit Hilfe der DW Akademie erworbene Medienkompetenz besser in der digitalen Medienwelt orientieren und engagieren. So leistet die DW gemeinsam mit der DW Akademie einen ihrer Wirkungsabsicht entsprechenden wichtigen Beitrag zum Aufbau zivilgesellschaftlicher und demokratischer Strukturen in einer politisch fragilen Region.

### 3.2.5 Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS)

Prioritäre Zielländer der DW innerhalb der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) sind Russland und die Ukraine, wobei die russischsprachigen DW-Angebote in nahezu allen Ländern der Region genutzt werden können. Angesichts der politischen Entwicklungen der vergangenen Jahre und des anhaltenden Konflikts in der Ost-Ukraine sieht sich die DW in diesen Zielregionen in besonderem Maße aufgefordert, durch eine differenzierte und glaubwürdige Berichterstattung zivilgesellschaftliche Meinungsbildung zu fördern und somit Reformprozesse zu unterstützen. Es ist ein zentrales Anliegen der DW, den vorhandenen demokratischen Kräften eine Handreichung zu bieten und ihre Stimme zu stärken. Die jungen Zielgruppen in dieser Region sind in besonderer Weise Hassrede, Desinformation und Propaganda im Netz ausgesetzt. Deshalb ist hier insbesondere Media and Information Literacy (MIL) – also die

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vermittlung digitaler Medienkompetenz – ein strategisches Schlüsselthema für die Arbeit der DW Akademie. Die DW ist in dieser Zielregion neben Russisch und Ukrainisch mit den globalen englisch- und deutschsprachigen Angeboten präsent.

Die Lage der Presse-und Meinungsfreiheit **in Russland** hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verschlechtert: Nach einem Gesetz vom November 2017 können vom Ausland finanzierte Medien künftig als „Agenten" registriert werden. Dies betrifft bereits US-amerikanische Medien wie *Voice of America* und könnte die Arbeit anderer Medienunternehmen künftig ebenfalls behindern. Die zunehmend restriktive Medienpolitik erschwert eine freie und kritische Berichterstattung, unabhängige Medien sehen sich immer stärkeren staatlichen Eingriffen ausgesetzt. Hiervon sind inzwischen auch internationale Informationsangebote wie das der DW betroffen: Regierungstreue Politiker und Medien diskreditieren ihre Berichterstattung, wodurch das Vertrauen in ausländische Medienanbieter in der Bevölkerung drastisch gesunken ist.

Dies stellt für das russischsprachige Angebot der DW eine besondere Herausforderung dar: Die ausgewogene DW-Berichterstattung wird als kritisch oder gar feindlich wahrgenommen, viele Medienanbieter lehnen eine Zusammenarbeit mit der DW ab. Vor allem im TV, dem meistgenutzten und am stärksten reglementierten Medium in Russland, kann die DW ihr Angebot bestenfalls konsolidieren. Aufgrund der größeren staatlichen Kontrolle von TV-Inhalten nutzt die russische DW-Zielgruppe digitale Angebote sehr viel häufiger als der Bevölkerungsdurchschnitt.[9] Wie in anderen Ländern gewinnen dabei Soziale Medien stetig an Bedeutung.

Folglich plant die DW ihr TV-Angebot im Zeitraum dieser Aufgabenplanung zu stabilisieren: Während sie stets nach Kooperationsmöglichkeiten mit russischen Partnern sucht, ist ein baldige Lockerung der staatlichen Kontrolle nicht zu erwarten. Vor diesem Hintergrund wird die DW den eingeschlagenen Weg weiterverfolgen und ihr digitales russischsprachiges Angebot weiter stärken, vor allem in Sozialen Medien. Sie bieten der DW in dem autoritär regierten Land die Möglichkeit, in einen konstruktiven Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern zu treten, Diskussionen zu moderieren und zu kommentieren. Dabei will die DW auch auf ihre positiven Erfahrungen mit Videoinhalten für Social Media aufbauen. Durch mehr Mobile Reporting und eine größere Formatvielfalt, zum Beispiel durch satirische Inhalte, wird die DW vor allem ihr Engagement auf *Facebook* intensivieren: Die Plattform ist einerseits reichweitenstark und andererseits weniger abhängig vom Einfluss der Behörden als russische Social Media-Plattformen. In den baltischen Ländern ist die DW ebenfalls mit einem breiten Spektrum an russischsprachigen Angeboten sowie mit in Landessprache adaptierten Sendungen präsent. Ihre Präsenz im TV wird durch langfristige Partnerschaften mit den drei öffentlich-rechtlichen Sendern der baltischen Länder Estland, Lettland und Litauen gesichert.

---

[9] Vgl. DW Evaluationsbericht 2017

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

In der **Ukraine** verlagert sich der schwelende russisch-ukrainische Konflikt derzeit zunehmend auf nicht-militärische Bereiche und beeinflusst auch die Presse- und Medienfreiheit in dem postsowjetischen Staat. So ist der Medienmarkt drei Jahre nach dem „europäischen Aufbruch“ geprägt von zunehmender politischer Einflussnahme und – angesichts ausgeprägter oligarchischer Strukturen – starken wirtschaftlichen Abhängigkeiten. Unabhängige und verlässliche Informationen stellen eher die Ausnahme in der nachrichtlichen Berichterstattung dar, die zunehmend von Polarisierungen geprägt ist. Medienpolitische Restriktionen erschweren darüber hinaus nicht nur die Arbeit nationaler, sondern zunehmend auch internationaler Informationsanbieter. Angesichts der Desillusionierung großer Teile der ukrainischen Bevölkerung aufgrund der politischen Entwicklungen der letzten Jahre sinkt auch das Interesse an politisch-gesellschaftlicher Berichterstattung.

Die DW bietet in diesem Klima ein glaubwürdiges Angebot, das sowohl die innenpolitische Polarisierung als auch den Konflikt mit dem Nachbarn Russland aus neutraler Perspektive betrachtet und analysiert. Vor dem Hintergrund der Nutzungsgewohnheiten der DW-Zielgruppe, die inzwischen digitale Medien ebenso intensiv nutzt wie TV-Angebote, wurde der Fokus auf den Ausbau der digitalen Angebote gerichtet. Um sowohl die Attraktivität ihres digitalen Angebots als auch das Interaktionsverhalten der Nutzenden zu steigern, wird die DW insbesondere bei *Facebook* den Umfang ihres plattformspezifisch erstellten Videoangebots ausweiten. Gleichzeitig wird sie aufgrund der großen Bedeutung von TV in der Ukraine versuchen, ihren erworbenen Platz in der ukrainischen Medienlandschaft zu festigen.

Einen Arbeitsschwerpunkt der DW Akademie bildet in dieser Region die Stabilisierung von Medienstrukturen, um diese nachhaltig und wettbewerbsfähig aufzustellen sowie in ihrer Unabhängigkeit und Professionalität zu stärken. Vor diesem Hintergrund unterstützt sie derzeit den Aufbau eines unabhängigen öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine.

### 3.2.6 Europa

Die Möglichkeit der europäischen DW-Zielgruppe, sich aufgrund umfassender und unabhängiger Informationen eine differenzierte Meinung zu Entwicklungen in ihren Ländern zu bilden, hat sich in den vergangenen Jahren vielerorts drastisch verschlechtert. Auch wenn sich die Einflussfaktoren in den Zielländern der Sprachangebote Polnisch, Griechisch, Bulgarisch, Rumänisch, Albanisch, Serbisch, Bosnisch, Kroatisch und Mazedonisch nach Art und Intensität unterscheiden, lassen sich einige grundsätzliche Herausforderungen für eine freie Meinungs- und Willensbildung als Basis demokratischer Prozesse aufzeigen. Diese verdeutlichen die hohe Relevanz der DW-Präsenz in den Regionen.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Der Einfluss von Regierungen in und auf Rundfunkanstalten nimmt generell zu. Damit hat sich die Pressefreiheit in allen Zielregionen – zum Teil deutlich – verschlechtert. Autoritäre, populistische und nationalistische Regierungen stellen sich aktiv gegen europäische Werte. An den Osträndern der EU sind Erosionsprozesse sichtbar, einstmals gesetzte EU-Erweiterungskandidaten wenden sich von der europäischen Idee ab. Durch ihre geostrategische Bedeutung zwischen EU, Russland und Syrien sind die Länder medial darüber hinaus Ziel der Propaganda von diversen Mächten. Besonders der Westbalkan ringt mit seiner konfliktreichen Vergangenheit. Bestehende Staaten werden von ihren Nachbarn in Frage gestellt, ethnische und religiöse Konflikte flammen wieder auf, die wirtschaftliche Situation ist fatal, die Eliten vielfach korrupt und auch die Ausbreitung der organisierten Kriminalität gefährdet die Stabilisierung der Region. Durch diese Region verläuft nicht nur die Transitroute für Flüchtlinge, sie ist auch in erheblichem Maße Herkunftsregion, was zu einem folgenschweren Abwandern von Fachkräften führt.

Die DW ist der einzige europäische Medienanbieter, der in dieser Sprachenfülle in Ost- und Südosteuropa präsent ist. Damit trägt sie im Kontext der deutschen Rolle in der EU eine besondere Verantwortung, die durch die beschriebene Zuspitzung der Lage weiter steigt. Dabei kommt der DW nicht nur die Aufgabe zu, umfassende und unabhängige Informationen zu Entwicklungen in den Regionen zu liefern. Als Mitglied der EU setzt sie sich auch für das Werte- und Rechtsgefüge der Europäischen Union ein und schafft gleichzeitig Transparenz über die mit einer EU-Mitgliedschaft verbundenen Vorteile und Pflichten. In diesem Zusammenhang ermöglicht sie auch eine demokratische, rechtsstaatliche und europäische Perspektive auf politische und soziale Veränderungen. Ihre von der Zielgruppe geschätzte Glaubwürdigkeit und Unparteilichkeit macht die DW zu einer Plattform für den Austausch verschiedener gesellschaftlicher Meinungen. Damit trägt sie nicht nur zur Völkerverständigung bei, sondern auch zu einer demokratischen Debattenkultur.

Diese Rolle bestmöglich und verlässlich auszufüllen und damit der beschriebenen Verantwortung gerecht zu werden, muss die Aufgabe der europäischen Sprachangebote der DW in den kommenden Jahren sein. Dafür ist eine Profilschärfung und Konzentration auf die drängenden Informations- und Orientierungsbedürfnisse der Zielgruppe notwendig. Über alle Ausspielwege hinweg wird eine objektive Berichterstattung zu regionalen Entwicklungen in den Mittelpunkt gestellt, die nationale und internationale interessengeleitete Medienanbieter nicht leisten. Darüber hinaus wird ein Schwerpunkt auf bilaterale Themen gelegt, die der Zielgruppe eine Auseinandersetzung mit ihrer Rolle im regionalen und europäischen Kontext ermöglichen. Die Berichterstattung über deutsche und europäische Kulturen und Gesellschaften zeigt Alternativen auf, die eine Auseinandersetzung mit der eigenen Situation anregen.

Das **Online-Angebot** der DW wird schon heute von der Zielgruppe als glaubwürdige Informationsalternative zum oft staatlich gesteuerten traditionellen Medienangebot genutzt. Hier positioniert sich die DW weiter mit eigenen Plattformen und durch reich-

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

weitenstarke Partner. Die Sozialen Medien bieten darüber hinaus ein noch nicht ausgeschöpftes Dialogpotenzial. Um dieses besser nutzen zu können, bauen die Redaktionen den Dialog mit den Nutzerinnen und Nutzern weiter aus.

**TV-Angebote** bleiben für die Zielgruppe in den Regionen eine wichtige Informationsquelle. Um das bestehende Reichweiten- und Wirkpotenzial zu nutzen, wird die DW neben den bestehenden Europa-Magazinen weiterhin einen Schwerpunkt auf Schalten mit Partnersendern in den Regionen legen. Trotz der Restriktionen durch die jeweiligen Regierungen ist ihr hier noch immer eine freie Berichterstattung möglich. Das ist hauptsächlich dadurch begründet, dass das Interesse an Deutschland sehr hoch ist, die verfügbaren Mittel für eigene Korrespondenten in Deutschland aber sehr gering sind. Die meisten DW-Partner hatten nicht einmal die Möglichkeit, eigene Reporter zur Bundestagswahl-Berichterstattung 2017 nach Berlin zu entsenden.

Anders gestaltet sich die Situation in der Türkei. Aufgrund der politischen Entwicklungen konnten Partnerschaften schon in der Vergangenheit nicht weitergeführt werden. Diese Problematik hat sich weiter verschärft, bei gestiegener Relevanz der türkischen Zielgruppe für die DW. Angesichts zunehmend autokratischer Tendenzen in der Türkei sollte sich die DW in dem Land stärker engagieren.

### 3.2.7 Türkei

Entgegen vieler Hoffnungen lässt die türkische Regierung inzwischen keinen Zweifel an ihrem autoritären Kurs. Die Regierung hat mit freiheitlichen Werten gebrochen und säubert seit dem gescheiterten Putschversuch 2016 alle gesellschaftlichen Institutionen von missliebigen Personen – nicht zuletzt die Medien. Freie Berichterstattung ist in der Türkei ein gefährliches Geschäft geworden.

Die innenpolitische Entwicklung hat allerdings auch eine außenpolitische Dimension, wie die Fälle Meşale Tolu und Deniz Yücel verdeutlichen. Die Regierung in Ankara eskaliert gezielt Konflikte mit internationalen Bündnispartnern – gerade mit Deutschland, das aufgrund der vielen türkisch- und kurdischstämmigen Bürgerinnen und Bürger ein besonderes, aber auch konfliktträchtiges Verhältnis zur Türkei hat. Da die türkische Regierung in der Vergangenheit versuchte, das politische und gesellschaftliche Klima in Deutschland zu beeinflussen, hat Deutschland ein besonderes Interesse an einer Verbesserung der politischen Lage in der Türkei.

Seit 2014 hat die DW ihr türkischsprachiges Angebot konsequenter an den innen- und außenpolitischen Interessen der Zielgruppe in der Türkei ausgerichtet. Diesen Kurs will sie beibehalten: Neben deutschen Perspektiven auf Themen der türkischen Politik stehen bilaterale Themen im Vordergrund. Damit positioniert sich die DW entschieden gegen die anti-europäische Propaganda der türkischen Regierung. In gesellschaftspolitischen Angelegenheiten vertritt die DW europäische Werte. Diese inhaltliche Ausrichtung ist für die Deutsche Welle im türkischen Markt durchaus herausfordernd: Journa-

listische Arbeit in der Türkei wird immer schwieriger, potenzielle neue Partner lehnen eine Zusammenarbeit mit unabhängigen westlichen Informationsanbietern immer häufiger ab, Behörden schrecken schon seit längerem nicht vor Zensur missliebiger Medienhäuser zurück.

Für die DW gewinnen deshalb die eigenen Plattformen massiv an Bedeutung. Während die bestehenden Partnerschaften aufrechterhalten werden sollten, wird die DW ihre eigenen Online- und Social Media-Auftritte weiter stärken – insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich die türkische Zielgruppe außergewöhnlich intensiv über digitale Angebote informiert. Dabei sollen vor allem Volumen und Relevanz der Videoangebote steigen: Die DW hat seit 2017 eine Reihe von Pilotprojekten hierzu durchgeführt. In Zukunft will sie auf diesen Erfahrungen aufbauen. Auch Zensur- und Blockadeumgehungsmaßnahmen könnten künftig notwendig werden.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 4. Sprachübergreifende Angebote und Projekte

Die Deutsche Welle prägt die mediale Präsenz Deutschlands in der Welt und hat den Anspruch, verstärkt zur internationalen Medienagenda beizutragen. Diese Aufgabe erfüllt sie unter anderem durch sprachübergreifende Angebote und Projekte. Hierzu zählt auch ihr nationales Engagement: Sie ist Gesellschafterin des jährlich stattfindenden Bonner Beethovenfestes, das sie als Medienpartnerin mit Blick auf dessen internationale Wahrnehmung unterstützt. Mit der gleichen Zielsetzung fördert sie als strategische Partnerin des Beethovenfestes ebenfalls Aktivitäten rund um das *Beethoven-Jahr 2020*.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung des transatlantischen Verhältnisses plant die DW, sich an dem von der Bundesregierung/dem *Auswärtigen Amt* für 2018/2019 geplanten *Deutschlandjahr USA* zu beteiligen. Der Fokus der Aktivitäten wird sich auf Themen wie Energie und Klimaschutz, Digitalisierung und Innovation, Herausforderungen des medialen Wandels, Flucht und Migration richten, aber auch auf die gemeinsame Vergangenheit und zukünftige Verantwortung. Vor dem Hintergrund ihres Auftrags und ihres Selbstverständnisses ist die DW die ideale Partnerin, das *Deutschlandjahr USA* medial zu begleiten und sich auf diese Weise für eine Verbesserung der transatlantischen Beziehungen einzusetzen.

Mit Blick auf die weiterhin hohe Zahl an Flüchtlingen, Migranten und Asylsuchenden in Deutschland behält die DW ihre multimedialen Angebote zu diesen Themen in sechs Sprachen (Dari, Paschtu, Urdu, Arabisch, Englisch und Deutsch) bei. In erster Linie klärt die DW mit diesen Angeboten über die Gefahren der Flucht und die realen Zustände in Deutschland auf. Ihre Angebote sollen darüber hinaus Bleibeberechtigten die ersten Schritte in Deutschland erleichtern und ihnen einen direkten Zugang zu den Deutschkursen der DW Akademie verschaffen. Darüber hinaus engagiert sich die DW – gemeinsam mit dem französischen Auslandsrundfunk *France Médias Monde (FMM)* und der italienischen Nachrichtenagentur *Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA)* - auch künftig in dem 2017 gestarteten und von der EU-Kommission geförderten Projekt *InfoMigrants*. Auf der gemeinsamen Website, die durch Social Media-Accounts ergänzt wird, werden vor allem die mit der Flucht verbundenen Gefahren aufgezeigt. Das Angebot ist zurzeit in Englisch, Französisch und Arabisch verfügbar.

Die internationale Konferenz *Global Media Forum* der Deutschen Welle ist „The place made for minds“. Es ist Deutschlands einziger Medienkongress, bei dem Innovatoren, Multiplikatoren, Kreative, Gestalter und Entscheider aus mehr als einhundert Ländern interdisziplinär Lösungsvorschläge für Herausforderungen der Globalisierung diskutieren, bei denen Medien eine zentrale Rolle spielen. Die Veranstaltung unterstützt somit die Deutsche Welle bei der Erfüllung ihres Auftrags, das Verständnis zwischen Kulturen und Völkern zu fördern.

Das *Global Media Forum* ist integraler Bestandteil der DW und stärkt ihren Markenkern. Es ist zugleich Netzwerkplattform, Dialogveranstaltung mit globalen Medienak-

teuren und relevantes Ereignis für deutsche und internationale Medien. Mehr als einhundert internationale Organisationen sind bei der Konferenz vertreten. Von hier gehen Impulse für die Durchsetzung freiheitlicher und demokratischer Werte in der Welt aus, insbesondere von Presse-, Informations- und Meinungsfreiheit. Für die DW und ihre Akademie ist das *Global Media Forum* überdies eine Plattform zur Präsentation ihrer Leistungen und Angebote und zur Vertiefung von Partnerschaften.

Die Veranstaltung richtet sich an Menschen weltweit, die sich aktiv für Demokratie, Freiheitsrechte und Fortschritt einsetzen. Sie bietet den Ort, um über aktuelle Trends und Themen von Außen-, Medien- und Entwicklungspolitik sowie Wirtschaft und Digitalisierung zu diskutieren.

Die Verlängerung des *Global Media Forum* durch digitale Tools über den Veranstaltungsort Bonn hinaus haben den weltweiten Forumscharakter der Konferenz gestärkt. Durch Formate wie den „Media Innovation Lab Day“ sollen diese Elemente in den kommenden Jahren ausgebaut werden. Verstärkt werden soll auch die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern, so dass auch im Ausland Veranstaltungsformate unter der Marke *Global Media Forum* realisiert werden können und so die DW in der Erfüllung ihres Auftrags zusätzlich unterstützt wird.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 5. Geplante Maßnahmen bei Mittelaufwuchs

Ein Ziel der Deutschen Welle ist es, im Zeitraum der Aufgabenplanung ihre bestehenden Angebote mindestens im bisherigen Umfang zu sichern. Mit der derzeit im 1. Regierungsentwurf für den Bundeshaushalt 2018 niedergelegten finanziellen Ausstattung von 317,5 Millionen Euro (ohne Projektmittel) kann die DW ihr derzeitiges Angebotsniveau aller Voraussicht nach nicht halten, Innovationen können nicht umgesetzt werden. Ein Abbau oder eine Reduzierung bestehender Angebote würde beim Verbleiben auf diesem Niveau zwingend erforderlich sein. Allerdings wurden manche Investitionen auch in den zurückliegenden Jahren erst durch die Bewilligung zusätzlicher Mittel durch den Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages ermöglicht. Dessen Befassung mit dem Regierungsentwurf für den Haushalt 2018 steht noch aus.

Angesichts der weltpolitischen Lage, der gewachsenen Verantwortung Deutschlands in der Welt und des sich verschärfenden Wettbewerbs regt die DW für den Aufgabenplanungszeitraum 2018-2021 darüber hinaus Maßnahmen an, die nur mit einem deutlichen Mittelaufwuchs realisierbar wären. Hierzu gehört – auf der Grundlage einer Regionenpriorisierung – bestehende Angebote und Strukturen zu stärken, denn die DW ist mit vielen Angeboten bereits auf einem sehr guten Weg, den es zu verstetigen gilt. Darüber hinaus plant sie, das Gesamtangebot mit strategisch wichtigen Sprachen zu ergänzen und die notwendigen Investitionen in Maßnahmen zur Zensur- und Blockadeumgehung zu erhöhen.

### Stärkung bestehender Angebote und Strukturen

Die DW hat ihre Position im internationalen Wettbewerberumfeld in den letzten Jahren gut behaupten können und nimmt derzeit eine Spitzenposition unter den Auslandssendern ein. Angesichts des stark zunehmenden Wettbewerbsdrucks gilt es, diese Position in den kommenden Jahren zu halten. Hierzu ist es unabdingbar, dass die DW ihre bestehenden Angebote stärkt – dies kann ihr jedoch nur durch einen deutlichen Mittelaufwuchs gelingen. Eine Verteilung zusätzlicher Mittel ohne hinreichende Priorisierung ist dabei wenig erfolgversprechend. Um ihr Ziel, Demokratie und Meinungsfreiheit in Zeiten von Terror, Propaganda, Flucht und Migration zu stärken und noch effektiver verfolgen zu können sowie Phänomenen wie Globalisierung und Klimawandel in höherem Maße Rechnung zu tragen, wird die DW im Falle eines Mittelaufwuchses daher prioritär die Maßnahmen für folgende Zielregionen verstärken:

Prio 1-Regionen:

- Arabische Welt
- Iran, Afghanistan, Pakistan
- Russland, Osteuropa (Polen, Baltische Länder)
- Subsahara-Afrika
- Türkei

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

In der **Arabischen Welt**, in **Afghanistan**, **Pakistan**, dem **Iran** und **Subsahara-Afrika** zielen die Bemühungen der DW und der DW Akademie darauf ab, mit ihren journalistischen Angeboten und den Maßnahmen der Medienentwicklungszusammenarbeit noch stärker in Regionen hineinzuwirken, die von Terror und Migration betroffen sind. Insbesondere in den Konflikt- und Krisenregionen der Welt ist die Präsenz unabhängiger Auslandsmedien essenziell: Hier sind sie ein mediales Gegengewicht zu den Angeboten ideologisch Motivierter wie dem so genannten Islamischen Staat oder Al Qaida, die insbesondere via Internet Lösungen für politische und soziale Probleme suggerieren. Durch professionelle, unabhängige Berichterstattung trägt die DW zur Aufklärung über politische Zusammenhänge vor Ort, zur freien Meinungsbildung und zur Stärkung von Zivilgesellschaften bei und kann so einen medialen Beitrag zur Terrorprävention leisten.

In autokratisch geführten Staaten wie der **Türkei**, in denen immer radikaler gegen freie Medien vorgegangen wird, zielen die Maßnahmen der DW primär darauf ab, der staatlichen Desinformation und damit einseitigen Beeinflussung der öffentlichen Meinung entgegenzuwirken. Vor dem Hintergrund der politischen Entwicklungen in der Türkei und den drastischen Maßnahmen gegen freie Medien und kritische Journalistinnen und Journalisten ist das Informationsbedürfnis in weiten Teilen der türkischsprachigen Zivilgesellschaft enorm gestiegen. Aus diesem Grund plant die DW den Aufbau eines informationsorientierten TV-Senders in türkischer Sprache (*DW Turk*). Gleichzeitig wird sie ihre Präsenz in den Sozialen Medien in der Türkei ausbauen, um insbesondere die junge Bevölkerung zu erreichen. Eine crossmediale Verzahnung von TV und Social Media-Kanälen wird den Nutzenden vielfältige Dialogmöglichkeiten bieten – untereinander und mit Deutschland. Ziel ist es, mit diesem integrierten Angebot aus Deutschland alternative Positionen und Perspektiven zu vermitteln, um so die Meinungsvielfalt zu erhöhen und die demokratischen Kräfte in der Türkei zu unterstützen. Ein solches Angebot schlägt gleichzeitig eine Brücke zwischen den mehr als drei Millionen Menschen türkischer Herkunft in Deutschland und ihren Angehörigen und Freunden in der Türkei.

Auch in **Russland**, wo sich der autoritäre Kurs der Regierung massiv im Medienmarkt niederschlägt, sieht die DW ihre Aufgabe darin, mit einem ausgewogenen und auf einem demokratischen Wertefundament fußenden Journalismus aufzuklären und Desinformation entgegenzuwirken. Dabei betreibt die DW keine Gegenpropaganda, sondern überzeugt auf Basis ihrer hohen Glaubwürdigkeit mit umfassender, ausgewogener und qualitativ hochwertiger Berichterstattung. Sie versetzt die Zivilbevölkerung in die Lage, sich kritisch mit dem aktuellen Geschehen auseinanderzusetzen und resilienter gegenüber Propaganda zu werden.

In **Polen** hat sich die medienpolitische Lage in den letzten Jahren ebenfalls deutlich verschlechtert. Die DW ist hier derzeit der einzige westliche internationale Informationsanbieter. In der DW-Zielgruppe besteht ein hohes Interesse an Deutschland und

deutschen Perspektiven auf aktuelle Ereignisse in Polen. Wachsende, von der nationalkonservativen Regierung geschürte antideutsche Ressentiments sowie die Tendenz zu einer so genannten „Repolonisierung“ erschweren die Arbeit deutscher Medienunternehmen zunehmend. Die DW bietet hier einen Gegenpol zur einseitig antieuropäischen oder antideutschen Haltung vieler regierungsfreundlicher Medien. Es geht ihr dabei auch stets darum, einem durch Desinformation und Propaganda verzerrten, falschen Deutschlandbild ein realistisches entgegenzusetzen.

Auf Basis der in Kapitel 1 genannten Kriterien zur Priorisierung von Zielregionen werden die folgenden Regionen als Prio 2-Regionen klassifiziert:

**Einzelne asiatische Länder**: Die DW plant, in Asien ihren Fokus insbesondere auf die Indien, Indonesien und Bangladesch zu richten. Indien bietet angesichts der Marktgröße ein enormes Reichweitenpotenzial. Hier setzt die DW mit ihren hindisprachigen Angeboten auf eine ausgleichende Berichterstattung zu drängenden Problemen der indischen Gesellschaft und ergänzt so das englischsprachige Angebot. Indonesien und Bangladesch sind zunehmend von Ausschreitungen gegen ethnische oder religiöse Minderheiten betroffen. Ein erstarkender Fundamentalismus und die zunehmende Einschränkung von Bürgerrechten in Bangladesch wirken sich destabilisierend auf die Zivilgesellschaft aus – eine Situation, in der unabhängige journalistische Angebote zu den drängenden gesellschaftlichen Fragen besonders notwendig erscheinen.

**Westbalkan**: Angesichts der gesellschaftspolitischen Entwicklungen, die viele junge Menschen zur Flucht Richtung Norden veranlassen und der zunehmenden Einflussnahme von Ländern wie der Türkei, Russland und Saudi-Arabien einerseits, sowie dem Interesse Deutschlands und der EU an einer politischen Stabilisierung der Region andererseits, plant die DW die Verstärkung ihres Engagements in den Ländern des Westbalkan.

**China**: Mit Blick auf die drastische Verschlechterung der Meinungs- und Medienfreiheit, die ihren Ausdruck unter anderem in sehr umfangreichen Zensur- und Blockademaßnahmen findet, wird die DW trotz des schwierigen Marktumfelds ihre Anstrengungen für das bevölkerungsreichste Land der Erde verstärken.

**USA**: Die Veränderungen im transatlantischen Verhältnis seit der Wahl von Präsident Donald Trump machen es für Deutschland noch wichtiger, eigene Positionen und Interessen in den USA deutlich und nachhaltig zu vermitteln. Aus diesem Grund plant die DW die Verstärkung ihres Engagements in den Vereinigten Staaten.

**Lateinamerika**: In den von ihr priorisierten Ländern Lateinamerikas richtet die DW ihre Bemühungen zunächst auf eine Verstetigung und schließlich auf einen Ausbau ihrer Erfolge.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Auch in den genannten Prio 2-Regionen sieht die DW erhöhten Handlungsbedarf. Hier wird sie im Fall eines Mittelaufwuchses ihre in Kapitel 3 geschilderten Maßnahmen verstärken und ihre Angebote weiter optimieren. Die Angebote für die in der Priorisierung nicht genannten Regionen werden bei einem Mittelaufwuchs wie bisher ausgestattet.

**Erweiterung des Sprachangebots**

Abhängig von ihrer finanziellen Ausstattung und der politischen Situation in den jeweiligen Ländern regt die DW einen maßvollen Ausbau ihres Sprachangebots für ihre derzeit wichtigsten Zielregionen an: Afrika und Asien. Im Fokus stehen dabei die Regionalsprachen für die von Terror, Krieg und Naturkatastrophen stark betroffenen Länder Nigeria und Somalia: **Yoruba, Igbo, Pidgin und Somali**. Dabei handelt es sich um Sprachen, die – wie beispielsweise Pidgin – auch als informelle *Lingua franca* gelten und Menschen über Ländergrenzen hinweg verbinden. Pidgin wird allein in Nigeria, dem bevölkerungsreichsten Land Afrikas, von mehr als 75 Millionen Menschen gesprochen. Alle west- und zentralafrikanischen Länder, in denen Pidgin gesprochen wird, leiden unter schweren nationalen Konflikten. Sie sind Herkunftsländer von Flüchtlingen, bemühen sich aber gleichzeitig um den Aufbau beziehungsweise die Festigung demokratischer Strukturen. Yoruba und Igbo sind weitere wichtige Regionalsprachen in Nigeria. Somalia ist ein Land, das von islamistischem Terror durch die Al-Shabaab-Miliz besonders stark betroffen ist. Die hier lebenden Menschen sind neben dem Terror auch starker Propaganda ausgesetzt. Vor dem Hintergrund des Konflikts und der humanitären Lage in diesen Ländern hält es die DW für geboten, hier für ihre Zielgruppe ein spezifisches Angebot einzurichten. Wettbewerber wie die *BBC* und *Voice of America* sind in Somalia bereits seit langem präsent. Die *BBC* plant im Zuge ihrer umfangreichen Sprachenerweiterung die Einführung von Yoruba und Igbo für 2018. In Pidgin bietet sie seit kurzem digitale Angebote. Die DW könnte hier auf bereits verfügbare Korrespondenten vor Ort zurückgreifen und Synergien mit der DW-Redaktion Englisch für Afrika nutzen.

Ebenfalls nur für den Fall eines entsprechenden Mittelaufwuchses plant die DW die Einführung einer weiteren Regionalsprache für Asien: **Tamil**. Sie wird von etwa 75 Millionen Menschen in Südindien und auf Sri Lanka, das lange von Bürgerkrieg und ethnischen Konflikten geprägt war, als Muttersprache gesprochen. Angesichts der mangelnden Medienfreiheit in dieser Region – die größten Rundfunk- und Fernsehsender stehen unter Kontrolle der Regierung – ist das Bedürfnis nach unabhängigen Informationen ausgeprägt. Mit der Einführung der Sprache Tamil könnte die DW diesem Bedürfnis entsprechen und ihre eigene Präsenz im südostasiatischen Sprachraum deutlich verbessern. Die Einführung der Sprache erfordert die Ausweitung des Korrespondentennetzes in der Region.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung, die die Kurden bei der Bekämpfung des so genannten Islamischen Staates erlangt haben und ihrer ebenso problematischen wie kon-

flikträchtigen Situation als eigenständige Volksgruppe ohne eigenes Staatsgebiet plant die DW bei entsprechender Finanzierungsgrundlage **Kurdisch** in ihr Sprachenangebot aufzunehmen. Mit Blick auf die Wertschätzung, die Deutschland bei Kurden genießt – nicht zuletzt jenen hierzulande – könnte die DW hier einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung im Kurden-Konflikt leisten.

**Intensivierung von Zensur- und Blockadeumgehungsmaßnahmen**

Bislang konnte die DW wegen ihrer finanziellen Ausstattung lediglich Zensur- und Blockadeumgehungsmaßnahmen für China und Iran, temporär auch für Äthiopien und Ägypten ergreifen. Vor dem Hintergrund zunehmender oder zu erwartender Zensur- und Blockademaßnahmen plant die DW bei entsprechendem Mittelaufwuchs, ihre Maßnahmen zur Zensurumgehung auszudehnen, sofern das die tatsächliche Lage im Aufgabenplanungszeitraum erfordert.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

## 6. Finanzieller Rahmen

Finanzgrundlage der Deutschen Welle sind Bundeszuweisungen aus dem Haushalt der oder des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)*. Diese betrugen im Jahr 2017 rund 326 Mio. €. Unabhängig hiervon förderten insbesondere das *Auswärtige Amt* (rund 6 Mio. €) und das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ,* 1,5 Mio. €) ausgewählte Programmprojekte der DW durch spezielle Projektetats.

Im Zeitraum der letzten Aufgabenplanung (2014- 2017) wurde die DW durch die Bundesregierung (insbesondere *BKM*) und das Parlament erstmalig seit Jahrzehnten kontinuierlich und spürbar finanziell gestärkt, zuletzt um rund 16,5 Mio. €. Insgesamt wurden der DW – ausgehend vom Haushaltsjahr 2014 – bis 2017 zusätzliche Mittel in Höhe von mehr als 48 Mio. € zur Verfügung gestellt.

Auf der Grundlage des 1. Regierungsentwurfs für das Haushaltsjahr 2018 steht der DW für das Wirtschaftsjahr 2018 ein Betriebsetat von rund 298 Mio. € zur Verfügung. Damit werden die Mittel aus der Erhöhung des Jahres 2017 um 7 Mio. € im Betriebsetat des Jahres 2018 fortgeschrieben. Aus dem Betriebsetat sind 7,18 Mio. € zweckgebunden – zum einen für den korrespondierenden Aufwand aus dem seit dem 01.01.2013 bestehenden Mietvertrag mit der *Bundesanstalt für Immobilienaufgaben* (*BImA*) für das Funkhaus in Bonn sowie zum anderen für die Erstattung der Altersversorgungskosten ehemaliger DWFZ[10]-Mitarbeiter in Höhe von 0,5 Mio. €. Für Investitionen sind 18,715 Mio. € vorgesehen. Davon entfallen für 2018 und 2019 jeweils 5 Mio. € auf einmalige Sondermittel für Investitionen. Dies summiert sich auf Grundlage des 1. Regierungsentwurfs des Haushalts in 2018 auf einen **Gesamtzuschuss von 317,5 Mio. €**, der damit um ca. 8 Mio. € unter dem des Vorjahres liegt. Die Beratung des Deutschen Bundestages zum Haushalt 2018 steht indes noch aus.

Gleichzeitig wurde für die DW vom Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestags ein Anstieg der finanziellen Ressourcen angeregt und eine weitere Stärkung der DW von den Parteien CDU/CSU, SPD, FDP und Bündis90/Die Grünen in Wahlprogramme aufgenommen. Um ihrem Auftrag in einem veränderten Umfeld gemäß der vorliegenden Aufgabenplanung gerecht werden zu können, bedarf es deshalb neben einer Nachhaltigkeit der bisherigen Entwicklung eines deutlich darüber hinausgehenden Mittelaufwuchses.

Für die Aufgaben der bislang rein drittmittelgeförderten **DW Akademie** standen im Jahr 2017 Projektförderungen des *BMZ* in Höhe von rund 18 Mio. € zur Verfügung

[10] Deutsche Welle Fortbildungszentrum

sowie weitere rund 3 Mio. € aus dem Haushalt des AA. Für das Jahr 2018 sind gemäß des Haushaltsentwurfs bis zu 18 Mio. € für die Projektförderung durch das *BMZ* zur Unterstützung der Entwicklung freier, transparenter Mediensysteme in Fokusländern fortgeschrieben worden. Daneben bietet die DW Akademie einen postgradualen Masterstudiengang an und wickelt eine Vielzahl von Medienprojekten für andere Mittelgeber wie *EU* und *GIZ* (*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GIZ GmbH*) ab. Die DW strebt darüber hinaus eine institutionelle Grundförderung der DW Akademie an, um so deren Unabhängigkeit und Handlungsfähigkeit sicherzustellen. Hierfür ist eine Verständigung mit dem Bund über die erforderliche finanzielle Ausstattung Voraussetzung.

Zur zusätzlichen Finanzierung ihrer Programme und Akademie-Aktivitäten darf die DW auch für das Jahr 2018 auf Projektförderung durch das *Auswärtige Amt* bauen. Hier besteht eine langjährige Zusammenarbeit und Unterstützung seitens des AA für die DW. Eine konkrete Zusage über die finale Höhe erfolgt unterjährig durch Bewilligung der einzelnen Projektanträge. Darüber hinaus wurde mit dem BMU eine mehrjährige Projektförderung vereinbart, die bereits in 2017 gestartet wurde. Die bisherige Projektförderung des BMZ für Maßnahmen in der arabischen Welt endet in 2017.

Trotz der 2017 erfolgten Anhebung des Betriebsetats der DW und der vollständigen Fortschreibung dieser Betriebsmittel im Etat 2018 ist für gestiegene Aufgaben und Verantwortung der DW eine weitere strukturelle Anhebung erforderlich. Der bisherige Haushaltsansatz im 1. Regierungsentwurf für das Jahr 2018 würde insbesondere Verschiebungen bei den Investitionen erfordern, was direkte Auswirkungen auf das Programmangebot der DW hätte. Auch die Umsetzungs- und Innovationsfähigkeit der DW würde eingeschränkt. Mittel- bis langfristig würden sich unvermeidbare Kostensteigerungen nicht nur auf das Programmangebot, sondern auch auf den Beschäftigungsumfang auswirken.

Der weitere Umbau zum digitalen Unternehmen ist, wie dargestellt, ein wichtiger Schwerpunkt der Aufgabenplanung für die Jahre 2018 bis 2021. Die DW ist zwar bereits in vielen Bereichen ein digitales Medienunternehmen, insbesondere in Produktion und Distribution (Satellit, Online, Social Media, Mobil) von journalistischen Inhalten in 30 Sprachen. Dennoch wird sie ihre Organisation und technische Infrastruktur weiterentwickeln müssen, beispielsweise durch den Ausbau der HD-Produktion und -Distribution, um in Zukunft flexibel auf veränderte Marktbedingungen und neue Technologien reagieren zu können. Auch für den Ausbau der digitalen Verwaltung müssen weitere erhebliche Mittel investiert werden.

Den in der Aufgabenplanung beschriebenen Herausforderungen (Kapitel 1) begegnet die Deutsche Welle durch Effizienzsteigerungen in verschiedenen Bereichen. Hierzu gehören die Fokussierung auf stärker profilierte und professionalisierte Angebote, die Digitalisierung von Arbeitsprozessen sowie eine noch intensivere und zielgerichtetere

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung - wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Kooperation mit Partnern, insbesondere den ARD-Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und dem Deutschlandradio. Die DW beteiligt sich unter der Maßgabe der Wirtschaftlichkeit an der Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und realisiert hierdurch bereits heute Einsparpotenziale. In diesem Zusammenhang betont die DW ihre Bereitschaft, sich an der Zusammenlegung der Auslandsstudios zu beteiligen und ARD, ZDF sowie den Gemeinschaftsprogrammen verstärkt ihre Angebote zur Verfügung zu stellen. Die bestehende Kooperation mit Blick auf die Übernahme von Sendungen und Material soll fortgeführt werden – sie ist wichtig für die DW und mit nicht unerheblichen positiven Kosteneffekten verbunden.

Effizienzsteigerungen allein werden allerdings nicht ausreichen, um den digitalen Wandel und die angesichts weltweiter Krisen gestiegenen Aufgaben zu finanzieren. Bereits in den vergangenen Jahren wurden umfangreiche Rationalisierungsmaßnahmen ergriffen. Für die Übernahme weiterer wichtiger Aufgaben in der medialen Berichterstattung über deutsche, europäische und globale Entwicklungen – insbesondere in Zeiten von massiver Migration, medialer Propaganda und Bedrohungen durch Terrorismus weltweit – plant die DW im Interesse Deutschlands ihre Angebote auszubauen. Dadurch kann die DW weltweit einen Beitrag für mehr Meinungsfreiheit und Demokratie leisten. Hierfür sind zusätzliche Mittel für den Zeitraum der nächsten Aufgabenplanung 2018-2021 erforderlich.

Eine dauerhafte und signifikante Erhöhung des Bundeszuschusses auf ein Niveau, wie es die beiden vergleichbaren großen europäischen Auslandssender *France Médias Monde/TV5 Monde* (389 Mio. €) und *BBC World* (523 Mio. €) aufweisen, ist somit vordringliches Ziel der DW. Im Detail unterscheiden sich bei den genannten Wettbewerbern sowohl die Rechts- als auch die Finanzierungsstrukturen von denen der DW. Auch inhaltliche Ausrichtung und Aufgabe sind unterschiedlich definiert. Die Deutsche Welle ist die mediale Stimme Deutschlands in der Welt. Daneben wird sie nach dem Austritt Großbritanniens aus der EU auch eine der wichtigsten europäischen Stimmen weltweit, um die Werte und Positionen aus Sicht der EU-Mitgliedstaaten zu vermitteln.

Nur durch eine nachhaltige Steigerung lässt sich unter den gegebenen geo- und marktpolitischen Rahmenbedingungen eine Erfüllung des gesetzlichen Auftrags der DW dauerhaft sicherstellen. Je nach Höhe des strukturellen Aufwuchses, können die in der vorliegenden Aufgabenplanung beschriebenen Programmvorhaben (Kapitel 3), notwendigen Investitionen und Innovationen realisiert sowie die erforderliche personelle und technische Infrastruktur der DW ausgebaut werden.

Der Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages hat hierzu in seiner Bereinigungssitzung zum Bundeshaushalt 2017 bereits festgehalten, dass vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung der Deutschen Welle im Zusammenhang mit den neuen internationalen Herausforderungen die künftige Höhe der finanziellen Ausstattung neu zu bewerten sei.